

**Novas Tecnologias, Opinião Pública e Participação Cívica
Estudo de Caso: Parceria Transatlântica para o Comércio e
Investimento**

Jéssica Pão Alvo Bruno

**Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação na vertente de
Comunicação Estratégica**

Abril, 2016

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação na vertente de Comunicação Estratégica, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor João Pissarra Esteves.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de expressar o meu profundo agradecimento ao Professor Doutor João José Pissarra Nunes Esteves, pela constante orientação e motivação, absolutamente indispensáveis à concretização do presente estudo.

Sendo a Iniciativa de Cidadania Europeia uma temática central à investigação, o acesso a informações detalhadas sobre a mesma revelou-se decisivo no que diz respeito ao resultado final do estudo. Neste sentido, gostaria de expressar o meu agradecimento à *Self-Organised European Citizens Initiative Against TTIP and CETA* – presentemente denominada por *European Initiative* – pela sua total disponibilidade em colaborar com a presente investigação, particularmente a Stephanie Roth, que tão prontamente respondeu a todas as questões por mim apresentadas.

Ainda neste âmbito, gostaria de expressar o meu agradecimento à Plataforma portuguesa Não ao TTIP, por ter também contribuído com a resposta às questões decorrentes da presente investigação.

Por fim, não poderei deixar de agradecer à minha família, amigos e colegas de trabalho, pela compreensão e apoio permanentes, que tão importantes foram ao longo deste processo.

RESUMO

Novas Tecnologias, Opinião Pública e Participação Cívica

Estudo de Caso: Parceria Transatlântica para o Comércio e Investimento

Jéssica Pão Alvo Bruno

Num contexto democrático, a noção de participação constitui-se como algo incontornável, decorra esta de mecanismos preexistentes e assegurados pelos órgãos decisores, ou de mecanismos alternativos criados espontaneamente por parte dos cidadãos. O presente estudo debruça-se sobre os mecanismos de participação cívica decorrentes do contexto tecnológico actual, revolvendo em torno da análise de três questões basilares: (1) o papel que desempenham as Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTIC) no processo de formação de uma opinião pública, (2) o potencial das NTIC no que respeita à mobilização para a participação cívica efectiva – em contextos *online* e *offline* – e (3) a aferição dos efeitos dessa mesma participação, que nasce a partir do ciberespaço, junto dos órgãos decisores. A exploração destas temáticas é realizada por via da selecção de um *issue* político contemporâneo de âmbito transnacional: a Parceria Transatlântica para o Comércio e Investimento – ou Tratado Transatlântico - e o consequente movimento de oposição que emergiu no seio da sociedade civil europeia – particularmente a Iniciativa de Cidadania Europeia.

PALAVRAS-CHAVE: Opinião Pública; Participação Cívica; Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação; Iniciativa de Cidadania Europeia; Tratado Transatlântico.

ABSTRACT

New Technologies, Public Opinion and Civic Participation

Case Study: Transatlantic Trade and Investment Partnership

Jéssica Pão Alvo Bruno

In a democratic context, the concept of participation is established as something inescapable, whether it results from pre-existing mechanisms assured by decision makers, whether it results from alternative mechanisms spontaneously generated by citizens. This study focuses on civic participation mechanisms that arise from the present technological setting, revolving around three key subjects: (1) the role that new information and communication technologies (ICT) play on the process of public opinion formation, (2) the ICT's potential concerning mobilization to an effective civic participation – in online and offline contexts – and (3) the assessment of the effects that that same participation, that arises from cyberspace, has amongst decision makers. The breakdown of these subjects is accomplished through the study of a contemporary political issue of transnational scope: the Transatlantic Trade and Investment Partnership and its resulting opposition that emerged within the European civil society – particularly through the European Citizen's Initiative.

KEYWORDS: Public Opinion; Civic Participation; New Information and Communication Technologies; European Citizen's Initiative; Transatlantic Trade and Investment Partnership.

ÍNDICE

Introdução	1
Capítulo I: Tratado Transatlântico	7
I. 1. Elementos de contextualização	7
I. 2. Tratado Transatlântico: o Processo	8
I. 3. Tratado Transatlântico: Componentes	9
I. 4. Tratado Transatlântico: Impacto Económico	10
I. 5. Análise das Plataformas <i>online</i> dirigidas pela Comissão	11
I. 5. 1. Análise do <i>website</i>	11
I. 5. 2. Análise da conta Twitter EU TTIP Team	12
Capítulo II: Iniciativa de Cidadania Europeia	14
II. 1. Iniciativa de Cidadania Europeia: Elementos de Contextualização	14
II. 2. Iniciativa de Cidadania Europeia: STOP TTIP	15
II. 3. ECI: As Principais Preocupações	16
II. 4. STOP TTIP: Pedido de Registo Recusado	17
II. 5. A Formação da <i>Self-Organised</i> ECI ou (s)ECI	18
II. 6. ECI: Os Principais Responsáveis	19
II. 7. A Profissionalização da ECI	20
II. 8. Análise das Plataformas <i>online</i> dirigidas pela ECI	21
II. 8. 1. Análise do <i>website</i>	21
II. 8. 2. Análise da conta Twitter Stop TTIP	23
II. 8.3. Análise da Página de Facebook STOP TTIP	24
II. 9. O papel Português na Iniciativa de Cidadania Europeia	25
II. 10. Opinião Pública, Mobilização Cívica e Participação	26
Capítulo III: Especificidades Comunicacionais	31
III. 1. Elementos de contextualização	31
III. 2. A estratégia Comunicacional da Comissão Europeia	33
III. 2. 1. A Comunicação na Comissão: uma perspectiva abrangente	33
III. 2. 2. A singularidade da Comunicação no caso TTIP	35

III. 3. A estratégia comunicacional da Sociedade Civil	36
III. 3. 1. A complementaridade entre o <i>online</i> e o <i>offline</i>	38
III. 3. 1. 1. A importância das NTIC na estratégia da ECI	38
III. 3. 1. 2. A importância das acções <i>offline</i> na estratégia da ECI	42
III. 3. 2. A Relação com os Media	43
Capítulo IV: A Questão dos Efeitos	45
IV. 1. A Reformulação do ISDS	46
IV. 1.1. ISDS no TTIP: Elementos de Contextualização	46
IV. 1. 2. Consulta Pública <i>online</i>	47
IV. 1.2.1. Os Resultados da Consulta Pública	49
IV. 1.3. A criação do <i>Investment Court System</i> (ICS)	50
IV. 1. 4. A implicação da Consulta para a questão dos efeitos	51
IV. 2. A Entrega Simbólica da ECI	52
IV. 3. As Manifestações de 10 de Outubro de 2015	53
IV. 4. Suspensão do Acordo da Partilha de Dados	54
IV. 5. A Questão dos Efeitos: Observações Adicionais	55
Conclusão	58
Bibliografia	64
Apêndice A: A Entrega Simbólica da ECI	I
Apêndice B: As Manifestações de 10 de Outubro de 2015	VI
Apêndice C: Levantamentos Noticiosos	XII
Apêndice D: Plataforma Não ao TTIP – A expressão da ECI em Portugal	XXII
Apêndice E: Questões Plataforma não ao TTIP	XXVI
Apêndice F: Entrevista a Stephanie Roth	XXX
Anexo 1: Imagens	LII

LISTA DE ABREVIATURAS

CE: Comissão Europeia

CECA: Comunidade Europeia do Carvão e do Aço

CEE: Comunidade Económica Europeia

CETA: Comprehensive Economic and Trade Agreement

DG: Direcção Geral / DG: Directorate General

ICS: Investment Court System

ISDS: Investor State Dispute Settlement

MEP: Members of the European Parliament

NTIC: Novas Tecnologias da Informação e Comunicação

OMC: Organização Mundial do Comércio

ONG: Organização Não Governamental

PTCI: Parceria Transatlântica para o Comércio e Investimento

RLIE: Resolução de Litígios entre Investidores e Estados

SMO: Social Movement Organization

TAFTA: Transatlantic Free Trade Area

TEP: Transatlantic Economic Partnership

TFUE: Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia

TiSA: Trade in Services Agreement

TJUE: Tribunal de Justiça da União Europeia

TPP: Tratado Transpacífico

TTIP: Transatlantic Trade and Investment Partnership

TUE: Tratado da União Europeia

UE: União Europeia

INTRODUÇÃO

Num contexto democrático, a noção de participação constitui-se como algo incontornável. Tipicamente poder-se-á associar a ideia de participação cívica ao momento eleitoral, um momento predeterminado pelo sistema democrático, que se constitui enquanto direito e dever dos cidadãos. Todavia, o sufrágio não será a única forma de participação, a ele acrescem as diversas contribuições da sociedade civil para os assuntos que constam na agenda. À investigação a realizar interessam as formas de participação que resultam necessariamente do contexto tecnológico actual. A forma que estes novos tipos de participação podem assumir deverá ser discutida, dependendo esta não só dos canais já existentes – e assegurados pelos órgãos decisores – mas também daqueles que são criados livremente por parte dos cidadãos.

A ideia de canais e iniciativas que surgem espontaneamente por parte da sociedade civil remete, por sua vez, para a ideia de um cidadão activo. Aqui levanta-se um problema actual, para o qual Bobbio tinha já alertado, o perigo da não-preparação dos cidadãos que culmina na denominada “apatia política” (Bobbio, 1988). Será de ter em conta que a predominância de cidadãos passivos relativamente a cidadãos activos poderá ser um obstáculo às novas promessas de participação democrática, já que se verifica um desinteresse significativo pelo que ocorre na esfera política.

O mundo da *Web 2.0* trata-se de uma esfera interactiva que, apesar de facilitar o acesso à informação e ao debate, implica também uma certa desenvoltura na busca de conteúdos informativos – cada vez mais personalizados – e ainda mais na busca de canais de participação legítimos e eficazes, que ultrapassem a noção de “participação visceral” (Holt, 2004, p. 11), associada à difusão de informação e ao tecer de comentários de forma desregrada e anónima.

As novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC) trouxeram aos cidadãos inovadoras formas de aceder, tratar e partilhar informação. Actualmente, qualquer indivíduo – sob a condição de acesso a recursos como a *internet* e dispositivos tecnológicos que possibilitem o seu usufruto – poderá assumir-se como produtor e emissor de mensagens, distanciando-se do papel de mero receptor de informação.

Assim, uma primeira questão que nos concerne é a da opinião pública e de como o seu processo de formação se tem visto afectado pela actividade que decorre na *Web 2.0*, já que uma das principais inovações se trata da alargada possibilidade de diálogo –

entre os próprios cidadãos, ou entre cidadãos e os demais actores políticos. Segundo Dahlgren, uma discussão num fórum ou no Facebook são locais que dão já forma à opinião (Dahlgren, 2013, pp. 19-20). Sob este ponto de vista, poderá a *Web 2.0* apresentar-se como um elemento de construção comunicacional da opinião pública?

Decorrente desta primeira questão surge ainda uma outra, nomeadamente a capacidade que as NTIC têm em mobilizar os cidadãos para uma participação cívica efectiva – que seja também capaz de transpor o universo virtual. A noção de participação revela-se crucial, no sentido em que é frequente a sua associação com mecanismos retóricos que meramente a evocam, mas que não possibilitam a sua concretização efectiva. Assim, ao analisar a noção de participação ao longo do presente estudo, ter-se-á em conta a definição de participação como uma questão de relações e partilha de poder (Dahlgren, 2013).

Actualmente, a ideia de construção de uma vontade colectiva implica um sem número de actores, devido à crescente complexificação do sistema político. A União Europeia (UE) e a sua base de funcionamento são o reflexo da crescente complexificação do aparelho político e da crescente distância real entre cidadãos e decisores. As novas tecnologias parecem prometer contornar esta questão, aproximando de imediato pontos opostos no globo, e oferecendo novas possibilidades de diálogo e de participação.

Esta realidade complexa poderá ainda remeter para aquilo a que Bobbio se refere como “Tecnocracia” (Bobbio, 1988), uma dinâmica em que se “pretende que sejam apenas chamados a tomar decisões os poucos competentes perante os problemas em causa” (Bobbio, 1988, p. 44). Poucos são aqueles que têm uma experiência directa com estes assuntos e que têm a oportunidade de decidir sobre os mesmos. Uma sociedade civil mais activa, porventura capacitada por meio das novas tecnologias, poderá insurgir-se contra esta ideia de “Tecnocracia”, reassumindo um certo papel de vigilância da actividade e decisão políticas.

Deste modo, o presente estudo debruçar-se-á sobre a noção de caminhos alternativos para a democracia, conceito que remete para “os esforços destinados a alcançar a mudança social por meios democráticos, contornando as políticas eleitorais” (Dahlgren, 2013, p. 3).¹

¹ Todas as traduções realizadas ao longo do presente estudo são da nossa inteira responsabilidade.

A *Web 2.0* “tem gerado considerável optimismo em relação à participação e ao reforço geral da democracia” (Dahlgren, 2013, p. 33), facultando ferramentas para que os cidadãos se possam tornar membros conscientes da comunidade.

Esta realidade despoleta uma última temática a explorar no decorrer da investigação: a questão da eficácia da participação cívica, no contexto do ciberespaço. Reconhecida a existência de caminhos alternativos para a democracia, será de grande interesse averiguar onde levam esses caminhos, se à indiferença por parte dos decisores políticos, se a uma participação cívica com consequências reais no que respeita à esfera de decisão política.

Atendendo à problematização enunciada, seleccionou-se um caso específico que ilustrasse a mobilização cívica face a um *issue* político contemporâneo, nomeadamente o caso da *Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP)* – ou em português, Parceria Transatlântica para o Comércio e Investimento. Comummente referido como Tratado Transatlântico, este suscitou como resposta a criação de uma Auto-Organizada Iniciativa de Cidadania Europeia – a que nos iremos referir como *European Citizen’s Initiative (ECI)*.

O Tratado Transatlântico consiste num acordo de livre-comércio, actualmente em negociação entre a UE e os Estados Unidos da América (EUA). Encabeçadas pela Comissão Europeia (CE) e pelo Gabinete do Representante de Comércio dos EUA², as negociações tiveram início em Junho de 2013, tendo sido realizadas até ao momento 13 rondas negociais – datando a mais recente de 25 a 29 de Abril de 2016.

O TTIP prevê a intervenção em três dimensões distintas³: (1) o “Acesso ao Mercado”, tendo em vista a eliminação dos direitos aduaneiros e outras barreiras às trocas comerciais; (2) a “Cooperação Regulamentar”, que visa harmonizar regulamentações, procurando a redução de barreiras técnicas às trocas comerciais; (3) e as “Regras Comerciais”, que resultarão na criação de um novo conjunto de normas que facilitem as importações, exportações e investimento.

Pode afirmar-se que o TTIP se trata de um acordo ambicioso entre os dois lados do Atlântico, que trará consequências significativas em termos económicos, financeiros,

² Gabinete do Representante de Comércio dos EUA disponível no endereço: <https://ustr.gov/ttip>

³ Fonte: *What is TTIP about?* - Disponível no endereço: <http://goo.gl/6LhiNh>

sociais e culturais – para mencionar apenas alguns⁴. As muitas implicações tipicamente associadas a acordos de livre-comércio suscitam comumente oposição por parte da sociedade civil, não sendo disso excepção o Tratado Transatlântico. Aliás, actualmente, a controvérsia que lhe está associada pode até ser considerada com uma das suas características mais salientes.

Assim chega o momento de introduzir a questão da acção da sociedade civil em resposta ao Tratado Transatlântico. A presente investigação debruçar-se-á sobre o “movimento anti-TTIP” originário na sociedade civil europeia, porém, atribuindo especial enfoque para a denominada “*STOP TTIP: Self-Organised European Citizens’ Initiative Against TTIP and CETA*” – ou ECI⁵.

A ECI trata-se de uma auto-organizada Iniciativa de Cidadania Europeia formada por cidadãos e organizações não-governamentais (ONG), tendo como principal objectivo o combate ao Tratado Transatlântico através da mobilização da acção cidadã. Esta intitula-se como “auto-organizada”, na medida em que a sua génese remete para um mecanismo de participação cívica disponibilizado pela Comissão Europeia⁶. O seu carácter autónomo, mesmo que ligado a um mecanismo preexistente, permitirá classificar a ECI enquanto um caminho alternativo para a democracia (Dahlgren, 2013).

Na base da escolha da ECI como representante do movimento anti-TTIP esteve o facto de a sua acção ser necessariamente internacional e, por consequência, implicar o uso das NTIC. Como será possível depreender ao longo do estudo, a ECI estabelece uma relação particular com a Comissão Europeia, uma segunda razão que levou à sua escolha enquanto objecto de estudo – considerando-se enriquecedora a possibilidade de analisar a interacção das partes.

Alguns dos motivos que se encontram na base da contestação do Tratado por parte da ECI são, por exemplo⁷: a ausência de transparência do processo negocial; a cláusula *Investor-State Dispute Settlement* (ISDS); o desrespeito pelos direitos laborais; a privatização de serviços públicos; a segurança alimentar e a protecção do consumidor

⁴ Não importa ao estudo fazer juízos de valor sobre as consequências do Tratado. Admite-se que acordos de natureza semelhante à do TTIP implicam benefícios e malefícios, porém esse tipo de juízo só será feito em referência às posições defendidas por cada uma das partes – CE ou ECI.

⁵ Poderá consultar-se o *website* da ECI através do seguinte endereço: <https://stop-ttip.org/>

⁶ No capítulo II serão clarificados a origem e o processo evolutivo da ECI.

⁷ Os aspectos enunciados são da autoria da ECI e encontram-se disponíveis no seu *website* oficial através do seguinte endereço <https://goo.gl/Qh2RBR>

associadas à utilização de pesticidas e à tecnologia de modificação genética; e por fim, as questões ambientais relacionadas, por exemplo, com a exploração de gás de xisto.

Um dos maiores reflexos da actividade da ECI – e que em última instância a caracteriza – trata-se de uma petição que tem em vista o fim do Tratado. A recolha de assinaturas foi realizada ao longo de um ano⁸ por todos os Estados-Membro da UE, tendo contabilizado mais de três milhões de assinaturas.

Ao longo do estudo será feita referência a dois outros momentos marcantes no desempenho da Iniciativa. O primeiro trata-se da sua Entrega Simbólica de assinaturas junto da Comissão Europeia em Bruxelas⁹, sendo que o segundo concerne as gigantescas Manifestações de 10 de Outubro de 2015 em Berlim¹⁰ – que apesar de não se tratar de uma actividade iniciada pela ECI, contou com o seu contributo e participação.

Partindo das acções e interacções das duas partes (CE e sociedade civil), procurar-se-á dar resposta aos objectivos específicos da investigação: o averiguar do papel das NTIC no processo de formação de uma opinião pública; a análise do potencial mobilizador das NTIC no que respeita à acção e participação cívicas nos contextos *online* e *offline*; e a análise dos efeitos da acção cívica junto das instâncias decisoras. A exploração destes objectivos ver-se-á reflectida no planeamento e desenvolvimento da investigação. Atente-se às temáticas que serão exploradas nos diversos capítulos.

Os dois primeiros capítulos incidirão sobre o aprofundamento das características do TTIP e da ECI, sendo desde então analisadas as plataformas *online* da responsabilidade de ambas as partes. No que respeita à Comissão, serão analisadas a secção do *website* da CE dedicada ao Tratado Transatlântico¹¹ e a conta Twitter “EU TTIP Team”¹². Por seu turno, relativamente à ECI serão analisados o *website* oficial¹³, a página de Facebook “STOP TTIP”¹⁴ e a conta Twitter “STOP TTIP”¹⁵. Ainda no segundo capítulo serão introduzidas noções basilares como a de opinião pública, mobilização cívica e participação.

⁸ A petição decorreu entre 07/10/2014 e 06/10/2015

⁹ Para um enquadramento global da questão, consulte-se o Apêndice A

¹⁰ Para um enquadramento global da questão, consulte-se o Apêndice B

¹¹ Secção do *website* da CE dedicada ao TTIP disponível no endereço: <http://goo.gl/IOSrk>

¹² Conta Twitter EU TTIP Team disponível no endereço: https://twitter.com/EU_TTIP_team

¹³ Poderá consultar-se o *website* da ECI através do endereço: <https://stop-ttip.org/>

¹⁴ Poderá consultar-se a página de Facebook da ECI através do endereço: <https://goo.gl/Yf5r7I>

¹⁵ Poderá consultar-se a conta Twitter da ECI através do endereço: https://twitter.com/eci_ttip

Esta primeira análise das plataformas cinge-se a uma metodologia que inclui questões como a linguagem, conteúdos publicados, frequência de comunicação ou capacidade de fomento de diálogo, e tem em vista constituir-se enquanto alicerce para o posterior desenvolvimento argumentativo do estudo.

No Capítulo III procurar-se-á analisar as especificidades comunicacionais inerentes a cada uma das partes. Sendo que, no caso da CE, far-se-á um enquadramento da estratégia comunicacional adoptada no caso TTIP relativamente à sua comunicação estratégica de índole abrangente.

Sobre a especificidade comunicacional da ECI, torna-se importante referir que esta se trata de uma entidade de difícil definição por três razões. Primeiro, a sua natureza singular, já que tem na sua génese um mecanismo de participação disponibilizado pela CE – que posteriormente evoluiu para uma iniciativa de cariz autónomo. Segundo, insere-se num movimento abrangente de oposição ao Tratado Transatlântico. Terceiro, porque ela própria engloba um conjunto de ONG's. Por estas razões, a presente investigação é suportada por elementos teóricos referentes a campos distintos, como é o caso das ONG ou das *Social Movement Organizations* (SMO), tendo em vista encontrar uma matriz de análise comunicacional correspondente à fluidez de características associadas à ECI.

Em estreita ligação com os tópicos introduzidos no Capítulo II – opinião pública, mobilização cívica e participação – o terceiro capítulo tem ainda em vista a análise do papel que as NTIC assumem na actividade da ECI, particularmente no que respeita à sua capacidade de influenciar o processo de formação de opinião pública e consequente mobilização cívica. Neste sentido, serão paralelamente exploradas as estratégias subjacentes à acção comunicacional da Iniciativa.

O capítulo final incidirá sobre a questão dos efeitos, remetendo para um último objectivo: a análise das consequências da acção da sociedade civil europeia junto da Comissão, procurando assim averiguar se este contexto de permanente contacto entre sociedade civil e órgãos decisores condiciona o comportamento dos últimos. Aquando da análise desta dimensão recorreremos a momentos basilares e caracterizadores da acção da sociedade civil, como a participação no mecanismo de Consulta Pública a propósito do ISDS, a Entrega Simbólica de assinaturas levada a cabo pela ECI, e ainda as Manifestações de 10 de Outubro de 2015 realizadas em Berlim.

CAPÍTULO I. TRATADO TRANSATLÂNTICO

I. 1. Elementos de Contextualização

A noção de livre-comércio remete, em termos gerais, para a redução ou eliminação de taxas alfandegárias e outras barreiras às trocas internacionais, tendo como objectivo o fomento de exportações e importações de bens e serviços entre países ou territórios aduaneiros. A abertura do mercado pretende que estas trocas sejam realizadas de forma mais rápida e a menores custos, facilitando o investimento, e canalizando a oferta para lá do território em questão.

Facto é que actualmente a maioria dos países estabelece algum tipo de relação com esta noção de comércio, já que grande parte das nações integra a denominada Organização Mundial do Comércio (OMC)¹⁶.

A própria União Europeia assenta grandemente no princípio de livre-comércio, tal como reflectem os antecedentes da sua constituição, como é o caso da Comunidade Europeia do Carvão e do Aço (CECA) e da Comunidade Económica Europeia (CEE).

Actualmente vigoram na UE uma série de acordos comerciais bilaterais e regionais com diversos países e territórios aduaneiros¹⁷, sendo a abertura do mercado europeu uma tarefa permanente da União. Exemplo disso é não só o Tratado Transatlântico, mas também os acordos Trade in Services Agreement (TiSA)¹⁸ e Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA)¹⁹.

Importa destacar o CETA, acordo bilateral de natureza semelhante àquela do TTIP a ser celebrado com o Canadá, e que se centra em aspectos como a abertura do mercado de serviços e a abolição de tarifas alfandegárias e de limitações ao acesso a contratos públicos. Este encontra-se numa fase mais avançada que a do TTIP, já que findadas as negociações em Agosto de 2014, aguarda revisão legal e ratificação²⁰.

A ideia de estabelecer um acordo de livre-comércio entre a UE e os EUA remonta à *Transatlantic Free Trade Area* (TAFTA), que em 1995 pretendia estabelecer uma área de livre-comércio, porém sem sucesso. A relação comercial entre os dois

¹⁶ Website da OMC disponível no endereço: <https://www.wto.org/>

¹⁷ Ilustração das relações comerciais da UE disponível no endereço: <http://goo.gl/bNUCPI>

¹⁸ Informações relativas ao TiSA disponíveis no endereço: <http://goo.gl/UVmMEb>

¹⁹ O texto consolidado do CETA encontra-se disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/gKTaM0>

²⁰ Informações relativas ao CETA disponíveis no endereço: <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ceta/>

territórios foi formalizada através da *Transatlantic Declaration*²¹, estabelecida em 1990, da *New Transatlantic Agenda*²², adoptada cinco anos depois, e ainda pela *Transatlantic Economic Partnership*²³, celebrada em 1998. Contudo, só com as negociações do TTIP é despoletado o processo para a formação de uma zona de livre-comércio.

I. 2. Tratado Transatlântico: o Processo

Segundo a CE, a negociação de um acordo comercial divide-se em três momentos: o mandato, a fase de negociações, e por fim, o momento de decisão²⁴.

Foi em Junho de 2013 que teve início o mandato²⁵ da CE relativo ao TTIP, um documento em que os Governos dos 28 Estados-Membros apresentaram à Comissão uma série de directrizes, incumbindo-a de representá-los nas negociações com os Estados Unidos – já que segundo as regras de funcionamento da União Europeia, é esta quem negocia acordos comerciais internacionais com países fora da União, e não os Estados-Membros a título individual (Artigo 207º do TFUE)²⁶.

As negociações tiveram início no mesmo mês, sendo realizadas por rondas, que decorrem alternadamente em território europeu e americano. Enquanto representantes das respectivas partes encontram-se o Departamento de Comércio da CE²⁷, representado pela Comissária do Comércio Cecilia Malmström²⁸, e o Gabinete do Representante de Comércio dos Estados Unidos, dirigido por Michael Froman.

Duas outras figuras que não poderão deixar de ser referidas a propósito das negociações, trata-se dos principais negociadores, nomeadamente Ignacio Garcia Bercero, representante da União Europeia, e Dan Mullaney, representante dos EUA.

Actualmente o TTIP encontra-se ainda em fase de negociação, tendo já sido realizadas 13 rondas. A mais recente, levada a cabo em Nova Iorque, data de 25 a 29 de Abril de 2016.

²¹ Transatlantic Trade Declaration disponível no endereço: <http://goo.gl/WRV7uD>

²² New Transatlantic Agenda disponível no endereço: <http://goo.gl/ZMOFxb>

²³ Transatlantic Economic Partnership disponível no endereço: <http://goo.gl/tukelV>

²⁴ O processo associado ao TTIP encontra-se disponível no endereço: <http://goo.gl/3Rnny2>

²⁵ O texto completo do mandato poderá ser consultado no endereço: <http://goo.gl/WBDgjZ>

²⁶ A versão consolidada do TFUE encontra-se disponível no endereço: <http://goo.gl/PL48Fi>

²⁷ Website DG Trade disponível em: <http://ec.europa.eu/trade/>

²⁸ Anteriormente às eleições de 2014 para a Comissão Europeia, Karel de Gucht assumia o cargo de Comissário do Comércio.

O processo culminará na fase de decisão, momento em que o texto final, após revisão legal e tradução, terá “de ser aprovado pelos Estados Membros da UE e ratificado pelo Parlamento Europeu” (CE, 2015, p. 6)²⁹.

I. 3. Tratado Transatlântico: Componentes

A este ponto torna-se relevante apresentar as áreas sobre as quais incidirá o Tratado. Segundo a Comissão Europeia, uma vez concluído, o TTIP será formado por 24 capítulos, distribuídos por três partes³⁰, sendo estas, o “Acesso ao Mercado”, a “Cooperação Regulamentar” e as “Regras Comerciais”³¹.

O “Acesso ao Mercado” tem em vista a optimização das exportações, importações e investimentos relativamente ao mercado americano. De modo a atingir este objectivo são propostas medidas como: a eliminação dos direitos aduaneiros e outras barreiras às trocas comerciais; a garantia de que as empresas de serviços europeias poderão competir sob as mesmas condições que as norte-americanas; a garantia do estabelecimento de condições igualitárias em concursos a contratos públicos no território oposto; e a criação de regulamentação que garanta que os produtos abrangidos pelo Tratado sejam de facto produzidos, ou nos EUA, ou na UE.

Por sua vez, a “Cooperação Regulamentar” constitui a segunda parte do Tratado, e tem como principal meta a harmonização regulamentar por meio da redução de barreiras técnicas às trocas comerciais. Esta questão implica a averiguação das divergências existentes na aplicação das regras, a redução de processos repetitivos e a criação de regulamentação compatível entre os dois territórios. Neste sentido, são abordadas temáticas como a saúde alimentar e segurança dos animais e plantas, destacando-se medidas a aplicar a indústrias específicas como a dos químicos, cosméticos, engenharia, equipamento médico, TIC’s, farmacêutica, têxteis e veículos.

Por fim, as “Regras Comerciais” centram-se na criação de novos tipos de regulamentação relativamente a questões como a concorrência, o desenvolvimento sustentável, a facilitação do acesso das empresas a energia e matéria-prima ou a simplificação dos processos alfandegários. Nesta última parte são ainda abordadas

²⁹ Fonte: *TTIP Explained* – disponível em <http://goo.gl/AeBkrp>

³⁰ Componentes do TTIP disponíveis no endereço: <http://goo.gl/ubEJB7>

³¹ As informações que se seguem foram elaboradas com base nos denominados *factsheets* disponíveis no seguinte endereço: <http://goo.gl/ubEJB7>

questões como a protecção de investimento e Resolução de Litígios Investidor-Estado, a resolução de litígios entre governos, a questão da propriedade intelectual e os impactos do Tratado nas pequenas e médias empresas.

I. 4. Tratado Transatlântico: Impacto Económico

Segundo o *website* oficial da CE, o TTIP contribuirá para a criação de emprego, para o fomento do crescimento económico e para a redução de preços e o consequente aumento das possibilidades de escolha por parte dos consumidores³².

Um estudo independente levado a cabo pelo Centre for Economic Policy Research³³ destaca os ganhos significativos para as partes. No que concerne à União Europeia, esta poderá vir a verificar um aumento de até 28% nas suas exportações para os EUA. É ainda previsto, até 2027, um aumento no PIB entre os 0,2% e os 0,5%, o que se traduzirá, respectivamente, em 69 mil milhões de euros e 119 mil milhões de euros.

A mesma entidade conduziu também um estudo relativamente ao caso português³⁴, concluindo que, a longo-prazo, poderá ser verificado um aumento do PIB entre os 0,57% e os 0,76%. Por sua vez, a CE divulgou um documento em que é sublinhada a importância das exportações para a economia portuguesa, destacando que “Exportações significam emprego” (CE, 2015)³⁵ e que “1 em cada 12 postos de trabalho em Portugal depende das exportações da UE” (CE, 2015).

Segundo o *Observador*, “Para Portugal, pode significar um empurrão para os sectores do calçado e têxtil, mas uma ameaça para um dos produtos mais exportados: o tomate transformado.”³⁶ As consequências nefastas que o Tratado poderá representar especificamente para a indústria do tomate são ainda salientadas por um artigo do *Público* intitulado “Indústria do tomate diz que acordo com os EUA fará desaparecer metade do sector”³⁷.

³² Fonte: *What is TTIP about?* - Disponível no endereço: <http://goo.gl/6LhiNh>

³³ Reducing Transatlantic Barriers to Trade and Investment – An Economic Assessment | Disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/1ziW2B>

³⁴ Quantifying the Impact of T-TIP on Portugal | Disponível no endereço: <http://goo.gl/HXITKV>

³⁵ Documento completo disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/I2655M>

³⁶ Artigo disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/V9Fs2O>

³⁷ Artigo disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/DRem9j>

I. 5. Análise das plataformas *online* dirigidas pela Comissão

I. 5. 1. Análise do *Website*

O *website* da Comissão Europeia contempla uma secção exclusivamente dedicada ao Tratado Transatlântico, intitulada *In Focus: Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP)*³⁸. Este é o principal veículo de comunicação usado pela CE na divulgação de informações oficiais, tendo por objectivo não só informar, mas também agilizar formas de interacção com a sociedade civil europeia.

A página encontra-se organizada em três secções distintas. A primeira, intitulada “*About TTIP*”, permite aceder a informações gerais sobre o Tratado, nomeadamente os seus conteúdos, impacto e processo adjacente. Nesta secção é também contemplado um ponto relativo às empresas de pequena dimensão e, por fim, um conjunto de questões frequentemente colocadas.

A segunda secção intitula-se “*Documents and events*”, e constitui-se à semelhança de um catálogo, reunindo material e documentação associados ao TTIP, como discursos, textos das propostas das negociações, material de imprensa, vídeos e documentação fotográfica das rondas de negociação.

Por fim, a secção “*Have Your Say*” apresenta as diversas formas de que os cidadãos dispõem para “participar”, comunicando os seus pontos de vista à CE. As possibilidades de contacto variam entre o preenchimento de um formulário *online*, chamada telefónica, diálogo no Twitter, participação em reuniões regulares, frequência de consultas públicas ou o contacto directo com os Membros do Parlamento Europeu.

Este tipo de modalidade “participativa” pode ser associada a expressões como, “*Aceda online e expresse o seu ponto de vista junto do Conselho da Cidade – Participe no Governo Local!*” (Dahlgren, 2013, p. 28), para a qual nos alerta Dahlgren, ao discutir a verdadeira acepção de participação cívica. Frequentemente, neste tipo de cenários a “(...) participação é retoricamente evocada, mas permanece ao nível de acesso ou interacção” (Dahlgren, 2013, p. 28). Segundo o autor, a participação, além do acesso aos media e da interacção com as instituições, encontra-se dependente da criação de relações de poder e da partilha desse poder entre cidadãos e instâncias oficiais. Esta partilha de poder refletir-se-á através dos efeitos que a participação dos cidadãos poderá ter junto dos órgãos decisores.

³⁸ Secção do *website* da CE dedicada ao TTIP disponível no endereço: <http://goo.gl/IOSrk>

Tendo em conta esta hipótese, a presente investigação pretende analisar se a CE oferece formas de participação cidadã efectivas, ou se, por outro lado, se serve de expressões como “*Have your Say*” enquanto mera evocação retórica de participação.

Retomando a análise. A página encontra-se disponível em seis idiomas distintos – inglês, alemão, espanhol, francês, italiano e polaco – sendo que o tipo de linguagem varia consoante os diversos espaços do *website*. “À superfície” a linguagem é acessível ao “cidadão comum”, sendo as informações apresentadas de forma clara e condensada. Todavia, ao aceder a informação mais detalhada, o utilizador depara-se com a complexificação da linguagem – patente em, por exemplo, documentos oficiais, redigidos segundo linguagem técnica de cariz financeiro, político e económico.

Introduzindo o próximo tópico a explorar, destaca-se a conexão da página com as redes sociais. Esta ligação está presente de duas formas. A primeira respeita à facilidade com que o utilizador poderá partilhar a página nas redes sociais – Facebook, Twitter ou Google+ – através de atalhos. A segunda trata-se de uma ligação directa à conta Twitter EU TTIP Team, através de uma janela que se encontra permanentemente em exibição na *homepage*, e que apresenta os *tweets* mais recentes.

I. 5. 2. Análise da conta Twitter EU TTIP Team

A conta EU TTIP Team³⁹ trata-se da conta oficial da equipa da Comissão Europeia, responsável pelas negociações do Tratado. Esta iniciou a sua actividade a Junho de 2013, data correspondente ao início das negociações do TTIP, o que reflecte uma preocupação com este tipo de comunicação desde o início do processo. A conta regista um total de 23,2 mil seguidores, tendo realizado 5301 *tweets*⁴⁰.

As publicações são efectuadas quase diariamente – e muitas vezes com vários *tweets* a serem realizados no mesmo dia – sendo estas acompanhadas por imagens, esquemas, e fotografias ou vídeos. Este tipo de actividade corresponde àquela que é expectável nesta rede social. Há que entender a atenção do utilizador – do cidadão – como um recurso escasso, sendo que o excesso de informação presente neste tipo de contexto virtual exige comunicações frequentes e enriquecidas por elementos imagéticos, que permitam impulsionar a sua visibilidade e memorização.

³⁹ Conta Twitter EU TTIP Team disponível no endereço: https://twitter.com/EU_TTIP_team

⁴⁰ Última consulta realizada a 25/04/2016 às 13:53 h.

A actividade da conta acompanha o desenrolar dos acontecimentos do Tratado. Assim, verifica-se uma intensificação na actividade sempre que se realizam rondas de negociação, reuniões com *stakeholders* ou até eventos dinamizados pela sociedade civil. Nestes períodos, verifica-se não só um acréscimo na partilha de informações, mas também na interacção entre a equipa e os utilizadores que a interpelam.

A plataforma é utilizada para partilhar variados conteúdos relativos ao TTIP, como *updates* ao estado das negociações, material noticioso, documentos informativos, ou até o anúncio sobre futuras rondas de negociação, conferências, consultas públicas com a sociedade civil e reuniões com *stakeholders*. O sublinhar dos benefícios associados ao Tratado cumpre um duplo objectivo: informar o público sobre as características do Tratado e responder à “contra-informação” que sobre ele circula.

A linguagem utilizada é influenciada pelas características do Twitter, como o limite máximo de 140 caracteres por *tweet*. Deste modo, verifica-se a utilização de abreviaturas, de termos mais sucintos e ainda a partilha de hiperligações para o *website* da Comissão – ao invés de serem elaboradas extensas explicações.

O idioma predominante é o inglês, apesar de se verificarem publicações pontuais em idiomas como o alemão, francês, espanhol ou italiano, sendo feito recurso a demais idiomas consoante as intervenções dos utilizadores – que no contexto da UE prevê a utilização de uma diversidade de idiomas distintos.

A dinâmica geral da conta tem um carácter maioritariamente publicístico, ao invés de dialógico, já que a iniciativa é tomada pelos responsáveis, cujo principal objectivo não deixa de ser a difusão de informação.

Todavia, e dada a natureza interactiva da rede social, a dimensão dialógica não deixa de estar presente. Esta nasce das partilhas efectuadas pela equipa, que suscitam questões e comentários por parte dos utilizadores. Estes comentários poderão ser entendidos enquanto uma manifestação da dimensão dialógica da conta, já que suscitam a troca de mensagens com e entre utilizadores. Contudo, note-se que estes comentários nem sempre obtêm uma resposta por parte da equipa.

CAPÍTULO II. INICIATIVA DE CIDADANIA EUROPEIA

Segundo Castells, “o processo de globalização deslocou o debate do domínio nacional para o debate global, instigando a emergência de uma sociedade civil global” (Castells, 2008, p. 78). Sendo a União Europeia um reflexo desta dinâmica, o presente capítulo pretende explorar a acção da sociedade civil europeia, partindo do caso de oposição ao Tratado Transatlântico.

II. 1. Iniciativa de Cidadania Europeia: Elementos de Contextualização

O Tratado da União Europeia⁴¹ (TUE) estabelece que, “Um milhão, pelo menos, de cidadãos da União, nacionais de um número significativo de Estados-Membros, pode tomar a iniciativa de convidar a Comissão Europeia a, no âmbito das suas atribuições, apresentar uma proposta adequada em matérias sobre as quais esses cidadãos considerem necessário um ato jurídico da União para aplicar os Tratados” (artigo 11.º do TUE, 2012). Assim encontra-se definida a denominada Iniciativa de Cidadania Europeia, cujas regras e procedimentos integram um regulamento específico⁴².

Uma iniciativa de cidadania europeia poderá incidir sobre qualquer domínio da competência da Comissão, como o ambiente, agricultura, transportes ou saúde pública⁴³. Para que se dê início ao processo será necessária a constituição de um “comité de cidadãos composto, no mínimo, por sete cidadãos da União Europeia residentes em, pelo menos, sete países da União diferentes” (Guia da ICE, 2012, p. 4)⁴⁴. Este comité será responsável por todo o processo, devendo então proceder ao registo da iniciativa no *website* indicado para o efeito⁴⁵, contando com um prazo de dois meses para que seja emitida a confirmação ou rejeição do registo pela CE.

A partir do momento de confirmação, é estabelecido o prazo de um ano para que seja efectuada a recolha de assinaturas. A iniciativa “deve ter o apoio de, pelo menos, um milhão de cidadãos da UE provenientes de, no mínimo, 7 dos 28 Estados-Membro e obter em cada um desses 7 Estados-Membro um número mínimo de subscritores”⁴⁶.

⁴¹ A versão consolidada do TUE encontra-se disponível no endereço: <http://goo.gl/npOC5H>

⁴² Consulte-se o regulamento no seguinte endereço: <http://goo.gl/Fqfgo8>

⁴³ Os domínios de intervenção encontram-se disponíveis no endereço: <http://goo.gl/ZXLDhi>

⁴⁴ Guia da Iniciativa de Cidadania Europeia disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/qLITt6>

⁴⁵ Consulte-se o endereço: <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/welcome>

⁴⁶ Consulte-se o endereço: <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/basic-facts>

Findado o processo de recolha de assinaturas, e dentro do prazo de três meses, os organizadores serão recebidos pela Comissão e participarão numa audição pública junto do Parlamento Europeu. Posto isto, a CE deverá apresentar uma resposta formal à iniciativa, e caso esta decida adoptar medidas relativamente à iniciativa apresentada, é então desencadeado um processo legislativo que decorrerá de forma regular.

Um elemento a salientar sobre a eventual resposta da CE remonta à própria formulação do conceito de iniciativa de cidadania europeia. Atente-se à expressão “convidar a Comissão Europeia a”. A noção de convite implica que se possa ou não aceitá-lo, ou seja, mesmo havendo sucesso no que respeita ao processo de recolha de assinaturas, “A Comissão não está obrigada a apresentar uma proposta legislativa na sequência de uma iniciativa”⁴⁷. Esta questão pode revelar-se algo controversa e até contraproducente, visto que as propostas são à partida sujeitas a um processo de registo e aprovação por parte da Comissão Europeia.

Até ao momento foram registadas 56 iniciativas⁴⁸, sendo que apenas 3 foram “bem sucedidas”, atingindo os objectivos e obtendo uma resposta por parte da CE. Conclui-se que a maioria das iniciativas revelam insucesso implicando que nestes casos, e como refere Dahlgren, a participação não ultrapasse o desenvolvimento e expressão de uma opinião, já que “vários mecanismos de exclusão minorizam o impacto que a opinião pode ou deve realmente ter sobre as decisões” (Dahlgren, 2013, p. 19).

II. 2. Iniciativa de Cidadania Europeia: STOP TTIP

À medida que as negociações do Tratado foram avançando, a discussão sobre o assunto foi ganhando forma na esfera pública europeia. Questões relacionadas com a soberania nacional, o impacto ambiental e a segurança dos consumidores, foram os principais pontos que geraram inquietação junto dos públicos europeus.

Neste sentido, em Abril de 2014 foi constituído um comité de cidadãos para a Iniciativa “STOP TTIP”⁴⁹, posteriormente registada⁵⁰ a 15 de Julho de 2014. A

⁴⁷ Consulte-se o endereço: <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/basic-facts>

⁴⁸ Os dados apresentados foram consultados pela última vez a 14/01/2016

⁴⁹ Os nomes dos membros do Comité estão disponíveis no seguinte endereço: <https://stop-ttip.org/team/>

⁵⁰ O registo da Iniciativa encontra-se disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/t09zWD>

Iniciativa convidava a Comissão a recomendar ao Conselho que revogasse o mandato de negociação do TTIP, e que não concluísse o CETA⁵¹.

Note-se que apesar de intitulada STOP TTIP, a Iniciativa contempla igualmente a oposição ao CETA. No capítulo anterior foi já referida a natureza similar dos dois acordos. Essa questão é também destacada pela Iniciativa, que salienta que “muitos dos aspectos que devem ser criticados no TTIP poderiam entrar pela porta dos fundos com o CETA. Por exemplo, basta que as empresas dos EUA possuam uma filial ou uma subsidiária com actividades comerciais substanciais no Canadá, para que possam apresentar uma resolução de litígios entre Investidores e Estados, contra um país membro da UE” (ECI)⁵².

II. 3. ECI: As Principais Preocupações

A origem da formação da ECI reside num conjunto de críticas ao Tratado Transatlântico. Segundo as informações apresentadas no *website* da Iniciativa, a crítica mais abrangente reside no facto de “os beneficiários destes acordos não serem os cidadãos, mas as grandes empresas” (ECI)⁵³.

Segue-se, evidentemente, o ISDS – ou a sua nova versão, ICS – um mecanismo que permitirá aos investidores estrangeiros tomarem acção legal contra os governos dos países da UE, caso aqueles considerem que sofreram prejuízos em termos de lucro, em consequência da adopção de medidas que violem as disposições de protecção de investimento por parte do país anfitrião.

É também alvo de crítica a “Cooperação Regulamentar”, já que segundo a ECI, esta dimensão permitirá a inclusão de grupos comerciais na elaboração de novas leis e regulamentações, mesmo antes da proposta destes textos ser discutida no Parlamento Europeu – o que é visto como uma forma de debilitação da democracia.

O secretismo é uma das críticas mais conhecidas no que respeita ao Tratado. A este respeito, a ECI refere o facto de até ao Membros do Parlamento Europeu saberem pouco sobre o processo negocial, obtendo os resultados apenas após o seu término, sendo que a votação, ao invés de permitir emendas, contemplará apenas um voto a favor

⁵¹ O registo da Iniciativa encontra-se disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/t09zWD>

⁵² Consulte-se o endereço <https://stop-ttip.org/what-is-the-problem-ttip-ceta/faqs/>

⁵³ Consulte-se o endereço: <https://stop-ttip.org/what-is-the-problem-ttip-ceta/>

ou contra o TTIP. Anteriormente eram também apresentadas críticas ao facto de o mandato e de os textos de negociação não serem publicamente acessíveis – situação colmatada pela CE.

Uma outra crítica remete para a possibilidade de os serviços públicos, uma vez privatizados, verem o seu processo de retorno ao sector público dificultado, ou até impedido. Note-se que, segundo a ECI, a abertura de mercado e a possibilidade de empresas americanas concorrerem a contratos públicos na Europa, e vice-versa, implicaria que “o incentivo da economia local ou da contratação sócio-ecológica seria dificultada, e parcialmente proibida” (ECI)⁵⁴.

A harmonização regulamentar entre a UE e os EUA suscita preocupações a nível da segurança alimentar, de protecção do consumidor e de protecção do ambiente, já que os padrões americanos poderão ser considerados como menos exigentes que os europeus. Os principais receios residem na importação de carne de vaca criada com hormonas ou frango que passou por processos de lavagem com dióxido de cloro, na importação de organismos geneticamente modificados e ainda na permissão do *fracking* – ou a exploração de gás de xisto – prática essa que põe em risco os aquíferos.

II. 4. STOP TTIP: Pedido de Registo Recusado

A 10 de Setembro de 2014 a CE comunicou a recusa do registo da ECI. Na resposta da Comissão é referido que “(...) a decisão do Conselho que autoriza a abertura de negociações não é um "um acto jurídico da União" e a recomendação da Comissão para tal decisão do Conselho [o de revogar o mandato de negociações do TTIP e a não concluir o CETA] não constitui uma "proposta adequada" (...)” (CE, 2014, p. 2)⁵⁵, ou seja, as iniciativas cidadãs apenas poderão incidir sobre uma proposta de acto jurídico, e sendo o mandato um acto preparatório interno, – não um acto jurídico – o pedido apresentado pela ECI encontra-se fora do âmbito do mecanismo.

No mesmo documento é ainda referido que “(...) uma iniciativa cidadã que convide a Comissão a não propor um acto jurídico ou a propor uma "decisão" de não adoptar um acto jurídico não é admissível nos termos do regulamento” (CE, 2014, p. 3), por outras palavras, a CE não pode apresentar propostas de ratificação negativas.

⁵⁴ Consulte-se o endereço <https://stop-ttip.org/what-is-the-problem-ttip-ceta/faqs/>

⁵⁵ Resposta da Comissão ao registo da ECI disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/hF71S7>

Perante estas justificações, o representante do comité de cidadãos, Michael Efler, referiu que segundo esta lógica argumentativa, “a população europeia está excluída da participação no desenvolvimento de qualquer tipo de acordos internacionais” (Michael Efler)⁵⁶, acrescentando ainda que “isto significa que os cidadãos podem apenas aplaudir negociações internacionais realizadas pela Comissão, mas não criticá-las”.

Levanta-se a hipótese de este mecanismo se destinar a servir-se da sociedade civil como instrumento de apoio aos processos de decisão, excluindo-se aqui o espaço para crítica e oposição. Resta questionar qual seria a forma adequada, se exequível, de abordar a oposição aos acordos internacionais através de uma iniciativa cidadã.

Dada as circunstâncias, resta ainda questionar se as formas de participação já anunciadas pela Comissão, através da secção “*Have your Say*”, poderão acomodar e satisfazer a necessidade deste conjunto de cidadãos em contestar o Tratado, ou se pretenderão perpetuar uma retórica participativa como para a que nos alerta Dahlgren.

Ante estes argumentos, a Iniciativa tomou duas decisões. A primeira, a de seguir com a petição mesmo sem a aprovação de Bruxelas. A segunda, a de iniciar um processo de contestação junto do Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE)⁵⁷.

II. 5. A Formação da *Self-Organised* ECI ou (s)ECI

A decisão de dar continuidade ao processo de recolha de assinaturas implica a passagem de uma acção integrada num mecanismo de participação democrática predefinido pelo sistema europeu, para uma acção espontânea dirigida pela sociedade civil à escala europeia, algo que poderá ser considerado como um caminho alternativo para a democracia (Dahlgren, 2013). Assim teve início a denominada “*STOP TTIP: Self-Organised European Citizens Initiative Against TTIP and CETA*”, que, apesar do seu carácter autónomo, se propôs cumprir as exigências enunciadas no regulamento para as iniciativas de cidadania europeia.

A recolha de assinaturas decorreu entre 7 de Outubro de 2014 e 6 de Outubro de 2015, tendo sido realizada *online*⁵⁸ e *offline*⁵⁹. Foi recolhido um total de 3 284 289

⁵⁶ Consulte-se o endereço: <https://goo.gl/fBs8ha>

⁵⁷ Consulte-se o seguinte endereço: <https://stop-ttip.org/lawsuit-ecj/>

⁵⁸ O formulário de assinatura *online* está disponível no endereço: <https://stop-ttip.org/sign/>

assinaturas⁶⁰ (19 927 em Portugal) – mais do triplo do valor exigido a uma ECI. Estas foram posteriormente motivo de uma entrega simbólica em Bruxelas, a 7 de Outubro.

Findada esta fase do processo, o grupo tomou a decisão de perpetuar a recolha de assinaturas, pretendendo continuar a divulgar a sua acção⁶¹. Porém, o elemento diferenciador passou a ser a sua denominação, agora *European Initiative*.

II. 6. ECI: Os principais responsáveis

Sediada em Berlim, a Iniciativa é impulsionada por uma equipa de 5 pessoas⁶², sendo a sua actividade posteriormente coordenada individualmente em cada um dos Estados Membros, por pessoas de contacto a nível nacional⁶³ – no caso português, destacam-se Pedro Krupenski e Leonor Duarte.

A Iniciativa pode também ser entendida enquanto aliança, já que a ela se encontram associadas mais de 500 organizações da sociedade civil e sindicatos⁶⁴ provenientes de diversos pontos da Europa – sendo 15 de origem portuguesa.

A ECI e a sua constelação de organizações promovem um *issue public*, na medida em que despoletam “um processo comunicacional em rede, em que vários actores se unem na definição de um *issue*, e no estabelecimento de uma configuração de actores ligados a esse *issue*” (Lang, 2013, p. 54). A ECI, e os respectivos membros e organizações, reflectem uma configuração de actores inseridos numa rede europeia, contribuindo assim para a definição de um *issue* específico: a oposição ao Tratado e todas as razões que lhe subjazem.

Note-se que o objectivo de um mecanismo deste tipo será o de aumentar as oportunidades participativas para os cidadãos da UE. Porém, crê-se que muito mais do que capacitar um maior número de pessoas para a participação, este instrumento vem capacitar com novos meios aqueles que contam já com um *background* de activismo e participação. Assim, os principais responsáveis poderão ser considerados como a verdadeira chave para o sucesso desta e de qualquer iniciativa.

⁵⁹ As folhas de assinaturas encontram-se disponíveis no endereço: <https://goo.gl/joV8ud>

⁶⁰ Informações detalhadas sobre os números finais no endereço: <https://goo.gl/NZyFHV>

⁶¹ Anúncio da perpetuação da actividade da ECI disponível no endereço: <https://goo.gl/Rp38Yw>

⁶² Constituição da equipa disponível no seguinte endereço: <https://stop-ttip.org/team/>

⁶³ A lista de contactos nacionais encontra-se disponível no endereço: <https://goo.gl/q0eSuk>

⁶⁴ A lista completa de organizações encontra-se disponível no endereço: <https://goo.gl/oWf0Od> - Última consulta da lista: 08.01.16

A complexidade inerente à coordenação deste tipo de actividade implica experiência prévia, sendo que “Promover uma iniciativa não está, pois, ao alcance de qualquer cidadão, mas sim de grupos já organizados e com capacidade de recolha de fundos”⁶⁵, o que se reflecte na escolha da equipa da ECI e das suas organizações.

A título de exemplo, destaca-se o caso de Michael Efler, que acumula os cargos de representante oficial e coordenador de campanha. Efler assumiu um papel de relevo na implementação da Iniciativa de Cidadania Europeia aquando do Tratado de Lisboa⁶⁶, em 2007, enquanto perito convidado nas audiências parlamentares. O percurso de Efler tem início dentro das instituições, sendo que ao longo do tempo se desloca para fora delas, impulsionando um mecanismo que ele próprio ajudou a implementar. A par de Efler, os demais responsáveis apresentam *backgrounds* activistas, o que se torna crucial no que respeita, por exemplo, a contactos estratégicos e ao acesso a redes de mobilização cívica.

II. 7. A Profissionalização da ECI

Os membros que compõem e apoiam a equipa da ECI não são o único factor que contribui para o desempenho da sua actividade. Neste âmbito é importante referir o conceito de profissionalização explorado por Sabine Lang (2013).

A autora aborda esta questão a propósito de um processo que se verifica frequentemente no cerne das SMO que, através de um processo de profissionalização, se aproximam das ONG, passando de movimentos sociais com fracas estruturas organizacionais para organizações profissionalizadas, verticalmente estruturadas e com objectivos orientados para as políticas (Lang, 2013). Como já referido na Introdução, a ECI é uma entidade de difícil definição, podendo esta ser categorizada como um híbrido entre uma SMO e uma ONG. Assim sendo, importa ainda destacar os aspectos de profissionalização adjacentes ao seu funcionamento.

Um primeiro aspecto respeita à estrutura hierárquica da ECI. Conforme supramencionado, e tal como se poderá depreender a partir da entrevista com Stephanie

⁶⁵ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/ftjCPk>

⁶⁶ Consulte-se o seguinte endereço: <https://stop-ttip.org/team/>

Roth⁶⁷, a coordenação de actividades parte da equipa de campanha sita em Berlim, que assumirá uma posição hierarquicamente superior aos demais pontos nacionais. Contudo, Roth refere que “O processo de tomada de decisão da ECI é também feito pelos contactos nacionais (...) trata-se de uma votação por maioria” (Apêndice F, p. XXXVIII), o que implica uma decisão colectiva e uma autoridade partilhada.

Em articulação com este primeiro aspecto, poderá referir-se o facto de a lógica funcional da ECI assentar na divisão de tarefas. Sinais desta delegação de actividades poderão residir no facto de existir uma equipa de imprensa⁶⁸, ou até no facto de Stephanie Roth anunciar que parte das funções que desempenha estão associadas à gestão de redes sociais (Apêndice F, p. XXX).

Um outro indicativo de adopção de estratégias de profissionalização por parte da ECI trata-se do seu financiamento⁶⁹. Segundo Roth, “(...) ter financiamento permite, por exemplo, (...) empregar activistas (...) tendo pessoas que regularmente, ou a tempo inteiro, estão à secretária e que organizam actividades”(Apêndice F, p. XXXIX). É evidente que a canalização dos fundos não se dirige meramente ao pagamento de salários, sendo “(...) necessários recursos para que se possa comunicar de forma eficiente (...)” (Apêndice F, p. XXXIX) – neste âmbito destaca-se custos associados à concepção gráfica de cartazes, ao desenvolvimento de uma identidade e à produção de conteúdos que alimentem as plataformas *online*.

Enquanto um híbrido entre uma SMO e ONG, crê-se que estes três elementos indicativos de profissionalização são de extrema relevância para a actividade da ECI, possibilitando o seu alcance abrangente e as suas manifestações de grande escala.

II. 8. Análise das Plataformas *online* dirigidas pela ECI

II. 8. 1. Análise do *website*

O *website* oficial da ECI⁷⁰ reúne na sua *homepage* as suas principais funcionalidades. É atribuído especial destaque para o resultado da recolha de assinaturas, bem como o número actual de signatários – elementos esses ilustrados por

⁶⁷ Ao longo do presente estudo são feitas frequentes referências a uma entrevista realizada com Stephanie Roth – gestora da campanha da ECI STOP TTIP e responsável pela gestão das redes sociais da Iniciativa. Neste sentido, sugere-se a consulta da transcrição da entrevista no Apêndice F.

⁶⁸ Secção do *website* da ECI dedicado à imprensa disponível no endereço: <https://stop-ttip.org/press/>

⁶⁹ Financiamento detalhado da ECI disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/duZbVg>

⁷⁰ Consulte-se o endereço: <https://stop-ttip.org/>

via de um planisfério. Opções como “tomar uma atitude”, – assinando a petição em causa – aceder a informação condensada, ou efectuar um donativo, são igualmente elementos de destaque. Em complementaridade, encontram-se em exibição a última entrada do *blog* e uma janela dedicada aos mais recentes *tweets* da Iniciativa.

O objectivo da página será o de informar o visitante, facultando-lhe informações sobre os riscos do TTIP, tendo em vista a sua mobilização em dois sentidos, primeiro o de assinar a petição, e segundo o de divulgá-la.

O *website* encontra-se dividido em sete secções distintas⁷¹, sendo que quatro destas se desdobram num variado leque de conteúdos. A primeira incide sobre a assinatura da Iniciativa, onde o utilizador poderá escolher entre assinar *online*, ou fazer o *download* de folhas de assinatura – recolhendo-as no meio *offline*.

Uma secção intitulada “Qual é o problema?” dá a conhecer as razões que subjazem à criação da ECI. Aqui o utilizador terá acesso à denominada “informação em três minutos”, a perguntas frequentemente colocadas, a um conjunto de materiais sobre os tratados e a uma cronologia dos acontecimentos centrais.

A expressão “Aja Agora!” trata-se da terceira secção do *website*, onde o visitante poderá inteirar-se sobre as diversas formas de apoiar a ECI, como é o caso da divulgação da petição – *online* e *offline* – ou da realização de donativos.

A última secção a merecer especial destaque intitula-se “Sobre a STOP TTIP”, e dá a conhecer as características da ECI, tal como a equipa e organizações que a constituem, o resultado da petição ou informação sobre o processo junto do TJUE.

Destaca-se ainda três secções adicionais, nomeadamente uma secção sobre a imprensa e a equipa responsável por esta tarefa, uma outra sobre os contactos da ECI, e por fim uma secção dedicada ao *blog* da página.

A página encontra-se disponível em oito idiomas distintos⁷² – incluindo o português, e sendo o inglês o idioma predefinido. A linguagem utilizada procura explicitar os termos técnicos associados ao Tratado através de termos correntes e simplificados, de modo a que a informação possa ser facilmente assimilada.

⁷¹ Desde a realização da presente análise em Fevereiro de 2016, as secções do site da ECI foram reorganizadas. Todavia, poderá consultar-se a organização correspondente à análise em questão através do seguinte endereço: <https://goo.gl/6otCFG>

⁷² O *website* é disponibilizado nos seguintes idiomas: Inglês, Francês, Alemão, Italiano, Espanhol, Polaco, Holandês e Português.

Sobre a capacidade da página gerar diálogo e interacção há que destacar o referido por Dahlgren, ou seja, que “Fóruns cívicos para discussão nem sempre estão presentes, sugerindo que ainda há uma boa dose de comunicação unidirecional até mesmo entre movimentos alternativos” (Dahlgren, 2009, p. 195). De facto, o *website* não contém, nele próprio, o espaço para diálogo, sendo nitidamente uma plataforma de comunicação unidirecional. Contudo, procurar-se-á aferir se este aspecto poderá ser de certa forma colmatado, por exemplo, através da presença em diversas redes sociais.

A presença das redes sociais no *website* da ECI faz-se de diversas formas, desde a exibição dos mais recentes *tweets* na *homepage*, à presença de hiperligações para as redes sociais da Iniciativa nomeadamente o Twitter, Facebook, YouTube e Flickr. As duas primeiras serão objecto de análise nos pontos que se seguem.

II. 8. 2. Análise da conta Twitter Stop TTIP⁷³

O início de actividade da conta Stop TTIP deu-se posteriormente à da EU TTIP Team, mais concretamente a 10 Julho de 2014, data coincidente com o registo da ECI. Actualmente conta com 12,3 mil seguidores e com um total de 4087 *tweets*⁷⁴ – valores inferiores àqueles registados pela EU TTIP Team.

A Stop TTIP estabelece uma frequência de publicações quase diária, e regularmente, efectuando vários *tweets* no mesmo dia, sendo que a intensidade da actividade acompanha os desenvolvimentos da Iniciativa. Por exemplo, em datas de grandes manifestações, como a 10 de Outubro de 2015, a actividade aumentou de forma significativa em três momentos: *a priori*, na promoção do evento; durante o evento, realizando um relato directo do acontecimento; e *a posteriori*, apresentando os resultados e eventuais materiais noticiosos. Os conteúdos publicados assumem uma natureza informativa, mas também mobilizadora, convidando o utilizador à acção.

Assim, destaca-se os seguintes conteúdos, considerados os mais comuns na página: apelo à assinatura da petição; divulgação de eventos e acções dinamizados pela ECI; actualizações sobre o Tratado; informações sobre o progresso da Iniciativa; apelo à divulgação da Iniciativa; e boas-vindas a novas organizações apoiantes. Estes conteúdos

⁷³ Consulte-se o endereço: https://twitter.com/eci_tt看ip/

⁷⁴ Última consulta realizada a 25/04/2016 às 13:47 h.

são usualmente ilustrados com fotografias, vídeos e hiperligações (para o *website* da própria aliança, ou outras páginas, desde publicações *online* a organizações apoiantes).

Os *tweets* são realizados numa diversidade de idiomas da UE, desde o mais usual inglês, a francês, alemão, espanhol, italiano e até português (o recurso a outros idiomas verifica-se não só na resposta às interpelações dos utilizadores, mas também enquanto iniciativa da própria ECI). Dada a natureza do Twitter, a linguagem utilizada é de carácter corrente, recorrendo-se frequentemente a abreviaturas e hiperligações.

A actividade da conta reflete a coexistência de um carácter publicístico e dialógico. Grande parte da actividade resulta da iniciativa da ECI em difundir informação, daí o carácter publicístico. Todavia, em resposta às publicações realizadas pelo conta é despoletada uma dinâmica mais dialógica, através dos comentários e interpelações por parte dos demais utilizadores. Note-se, porém, que este tipo de interacção nem sempre implica uma resposta da ECI aos comentários.

II. 8. 3. Análise da Página de Facebook STOP TTIP⁷⁵

Dado que a equipa TTIP da CE não dispõe de uma página de Facebook, e não havendo assim um termo de comparação entre as partes, a análise que se segue terá como objectivo dar conta da complementaridade entre as diferentes redes sociais e aquilo que esta rede social em específico traz consigo para a actividade da ECI.

A página iniciou a sua actividade a 10 de Julho de 2014, e conta actualmente com 72 978 seguidores⁷⁶ – mais do triplo dos seguidores da conta Twitter.

As publicações são realizadas numa base diária, e frequentemente com várias publicações a serem efectuadas no mesmo dia, sendo o tipo de conteúdo similar àquele difundido pela conta Twitter. Todavia, este é apresentado de forma mais aprofundada, já que não são impostas limitações de caracteres. As publicações são igualmente acompanhadas por imagens, vídeos e hiperligações. Ainda à semelhança do verificado na conta Twitter, as publicações são efectuadas numa série de diferentes idiomas, sendo o inglês aquele privilegiado, e sendo a linguagem caracterizada por termos simples.

Um aspecto singular do Facebook trata-se da possibilidade de criar páginas de eventos – um recurso utilizado pela ECI em diversas ocasiões. A título de exemplo

⁷⁵ Consulte-se o endereço: <https://www.facebook.com/eci.ttipp/>

⁷⁶ Última consulta realizada a 25/04/2016 às 14:00 h

destaca-se o evento “*STOP TTIP – the Countdown is on...*”⁷⁷. Esta ferramenta permitiu a agilização da divulgação da Iniciativa aquando dos últimos dias do abaixo-assinado, ampliando significativamente o seu alcance.

Na página figura também uma aplicação que permite que o utilizador assine a petição sem que este tenha de sair da página de Facebook da ECI, e ainda uma outra que permite a realização de donativos.

Refletindo igualmente a coexistência das componentes publicística e dialógica, esta rede social permite o desenvolvimento desta segunda dimensão, já que o facto de não existirem restrições ao número de caracteres possibilita a elaboração de comentários mais extensos, aprofundando as temáticas em discussão (seja esta interacção entre utilizadores, ou entre Iniciativa e utilizadores).

II. 9. O papel Português na Iniciativa de Cidadania Europeia

Apesar da escassa presença do Tratado Transatlântico nas agendas política e mediática portuguesas – como pode ser verificado através do ponto 1.2 do Apêndice C – a acção da Iniciativa europeia não deixa de ter expressão em Portugal.

Neste sentido, destaca-se contributos como o da Plataforma Não ao TTIP e das 15 organizações nacionais que apoiam a Iniciativa – como por exemplo, a Oikos, a FENPROF, a GAIA e a Quercus⁷⁸. Ainda numa estreita ligação com a ECI, salientam-se as pessoas de contacto nacional⁷⁹, nomeadamente Leonor Duarte (colaboradora da Plataforma portuguesa) e Pedro Krupenski (director de desenvolvimento da Oikos – Cooperação e Desenvolvimento), que integrou também o comité de cidadãos que esteve na origem da Iniciativa⁸⁰. Em complementaridade, há referir todos os signatários portugueses e aqueles que, a título individual ou colectivo, procuram divulgar o movimento de oposição ao TTIP.

Ainda sobre a Plataforma Não ao TTIP. Note-se que a acção da Plataforma no território português deverá ser entendida como uma extensão da actividade da ECI – sendo estas duas entidades articuladas entre si, que agem tendo em vista a consecução de um mesmo objectivo. Assim sendo, e enquanto parte integrante da aliança europeia,

⁷⁷ Consulte-se o endereço: <https://www.facebook.com/events/410387309172498/>

⁷⁸ A lista completa das organizações encontra-se no endereço: <https://goo.gl/oWf0Od>

⁷⁹ Lista de contactos nacionais disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/q0eSuk>

⁸⁰ Consulte-se o endereço: <https://stop-ttip.org/members/>

o trabalho da Plataforma centrou-se na recolha de assinaturas associada à ECI. O seu papel foi de tal modo decisivo que permitiu não só atingir, como ultrapassar, o quórum exigido a Portugal⁸¹ – reflexo de uma acção informativa e mobilizadora.

No desempenho da actividade da Plataforma será igualmente necessário destacar o papel das NTIC. À semelhança da ECI, a Plataforma faz-se comunicar através de um *website* que opera em articulação com uma conta de Facebook e Twitter. Para um desenvolvimento destas questões, e para uma análise das três plataformas *online*, consulte-se os Apêndices D e F.⁸²

II. 10. Opinião Pública, Mobilização Cívica e Participação

Ao longo da presente investigação, e em referência à acção desempenhada pela sociedade civil, é feito uso frequente das noções de opinião pública, mobilização cívica e participação. Já explanados os traços caracterizadores da ECI, considera-se pertinente a realização de algumas breves observações sobre os três conceitos, que deverão consequentemente acompanhar-nos à medida que avançamos no estudo.

Opinião Pública

Tendo presente a complexidade associada à definição do conceito de opinião pública na actualidade, será um dos propósitos da presente investigação ilustrar e analisar o contributo da actividade da ECI, e do movimento anti-TTIP em geral, para o processo de construção da opinião pública, através do fomento da difusão de ideias e sua discussão crítica junto da sociedade civil europeia – seja de forma presencial, através das tecnologias *web*, ou através da projecção nos media tradicionais.

Contudo, a capacidade de influenciar o processo de formação da opinião pública trata-se de uma questão complexa, já que este se confronta hoje com um “ estado de espírito de indiferença, de amorfismo, (...) um interesse que é apenas superficial pelos

⁸¹ Foram recolhidas 19 927 assinaturas, sendo necessárias 15 750. Os dados relativos ao resultado final da petição encontram-se disponíveis no seguinte endereço: <https://goo.gl/NZyFHV>

⁸² A organização do presente estudo foi redigida tendo em vista o estudo da acção da sociedade civil europeia. Todavia, não deixa de ser preocupação nossa o estabelecimento de um paralelismo com os acontecimentos na esfera pública Nacional. Tendo isto em mente, não se mostrou possível um aprofundamento da actividade da Plataforma por duas razões distintas: (1) por uma questão da economia final do estudo e pela prioridade das demais temáticas. (2) e dado que o resultado do contacto com a Plataforma não possibilitou o acesso a informações que complementassem/enriquecessem a análise.

assuntos e que só é capaz de gerar formas comportamentais reactivas (...)” (Esteves, 1998, p. 85). Este quadro densifica-se quando nos debruçamos sobre o contexto *online*, em que a competição pela atenção do utilizador é cada vez mais exacerbada. Evidentemente que a *web* se trata de um mecanismo com contributos inigualáveis para a obtenção e partilha de informações, mas há ainda que referir uma outra dimensão da questão. Ou seja, o contacto com uma tão vasta quantidade de informações que poderá resultar apenas num tratamento superficial dos assuntos. Sobre esta questão, atente-se na própria denominação que é atribuída ao utilizador que navega na *internet*: *surfer* – em referência à noção de tocar apenas a superfície (Holt, 2004, p. 38).

A opinião pública actual é igualmente uma opinião pública mediática, sendo os media importantes intervenientes na sua formação, através do seu processo de *agenda setting* e do *framing* que se lhe encontra associado. Por esta mesma razão, parte do capítulo que se segue será dedicada à análise da relação que a ECI estabelece com os media ditos tradicionais.

Não nos sendo possível desenvolver o contributo dos media no âmbito da problemática em estudo, importa referir que foi realizado um breve levantamento mediático dos principais momentos e temáticas explorados ao longo da investigação⁸³. Partindo deste levantamento, foi possível constatar que o tratamento mediático do TTIP – e das questões que se lhe encontram associadas, tal como é o caso do movimento anti-TTIP – variam significativamente consoante os Estados-Membro. A título de exemplo destaca-se o contraste entre a acentuada cobertura por parte dos media alemães *versus* a reduzida cobertura mediática verificada no caso português.

Pode assim constatar-se que o contexto europeu implica a complexificação de todo o processo de tratamento mediático das questões, na medida em que “Os mass media (...) tendem a ser ou nacionais, ou sub-nacionais, ao invés de supranacionais. (...) O contexto nacional é o que subjaz à linguagem dos textos mediáticos [e assim,] qualquer notícia é comunicada dentro do enquadramento conceptual da nação (...)” (Bärenreuter et al, 2009, p. 12). O contexto nacional – inclusive a agenda política de cada Estado-Membro – determinará quais os *issues* merecedores de destaque, sendo que os assuntos de carácter europeu poderão correr o risco de se verem secundarizados.

⁸³ Consulte-se o Apêndice C. Nota: O levantamento mediático realizado não se trata de uma análise do conteúdo produzido, tendo meramente em vista providenciar alguns exemplos ilustrativos do tratamento das temáticas em grandes jornais europeus, mais especificamente no que respeita às suas edições *online*.

Todos estes factores influenciam profundamente o processo da opinião pública, particularmente numa acepção internacional como é o caso da UE.

Ainda sobre a opinião pública, será relevante apresentar uma observação adicional. Note-se que, “hoje já não é a Opinião Pública que dá forma à política, mas sobretudo o inverso (...) os temas e os assuntos propostos pelas sondagens são subordinados aos interesses políticos, assim como a sua organização (fabricação) e utilização” (Esteves, 1998, pp. 87-88).

Crê-se que, partindo da temática em análise, será possível ilustrar esta afirmação. Assim, tome-se como exemplo o recurso ao mecanismo de sondagens *Eurobarometer*. Através deste mecanismo torna-se possível aceder à questão “Um acordo de livre comércio e investimento entre a UE e os EUA”, que em Novembro de 2014 refletia o amplo apoio ao Tratado⁸⁴. Há que referir a falta de especificidade no que diz respeito à formulação com que a pergunta é apresentada e destacar ainda o desconhecimento do número de participantes na sondagem em questão – elementos considerados relevantes para a aferição da representatividade dos resultados obtidos.

Todavia, o que importa para o presente estudo é a possibilidade de que este tipo de mecanismo possa constituir-se como forma de legitimar “determinados interesses particulares que se dissimulam como gerais ou que aspiram a fazer-se passar por 'vontade' colectiva da sociedade” (Esteves, 1998, p. 88). Partindo desta sondagem, várias poderão ser as entidades que farão uso das conclusões, desde a própria Comissão Europeia até aos órgãos de comunicação social – como poderá ilustrar o caso do *online Observador*, que destaca que “(...) 60% dos portugueses são favoráveis a este acordo (...)”⁸⁵ – o que por sua vez contribuirá para o processo de formação da opinião pública, mesmo admitindo que os resultados das sondagens poderão não se apresentar como verdadeiramente representativos das questões em discussão.

Mobilização Cívica

Um segundo conceito frequentemente associado à actividade da sociedade civil – e em particular da ECI – trata-se da mobilização, sendo esta, simultaneamente, um dos seus principais desafios e objectivos.

⁸⁴ Resultados disponíveis no seguinte endereço: <http://goo.gl/V93LEF>

⁸⁵ Artigo disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/8JYwLE>

Entenda-se por mobilização a “(...) reunião de sujeitos que definem objectivos e compartilham sentimentos, conhecimentos e responsabilidades para a transformação de uma dada realidade, movidos por um acordo em relação a determinada causa de interesse público” (Henriques, 2010, p. 72).

A ECI tem a si associada uma constelação de valores, significados e sentimentos relativamente ao TTIP, que se traduzem na sua manifesta oposição. Os que se reúnem em torno deste consenso – aqueles que se encontram mobilizados – poderão então passar à intervenção directa na realidade tendo em vista a sua transformação – o que no caso da ECI, e do movimento anti TTIP, se encontra nitidamente relacionado com a influência da acção da Comissão – o que revela uma estreita ligação à questão dos efeitos.

Neste sentido, a actividade da ECI centra-se no que pode ser denominado por *public advocacy*, a tentativa de influenciar decisões políticas em nome de uma comunidade, “(...) através do *engagement* de públicos mais amplos e (...) estimulando activamente a voz cidadã e o seu envolvimento no processo” (Lang, 2013, p. 23).

Note-se ainda que, para Henriques (2010), a mobilização social se encontra necessariamente ligada à formulação estratégica de acções de comunicação, potenciando assim a visibilidade e legitimidade do *issue* em questão. Assim, tendo em conta a importância da dimensão comunicacional no que respeita ao processo de mobilização, parte do capítulo seguinte incidirá sobre a análise da estratégia comunicacional da ECI.

A Participação associada ao contexto *online*

Existem “(...) diferentes níveis do que pode ser classificado como "participação", que vão desde "estar à espreita" (isto é, apenas a leitura de mensagens, e não a publicação de mensagens), a publicar/responder ocasionalmente, à plena participação numa discussão enquanto participante que contribui frequentemente” (Holt, 2004, p. 13). Porém, o que todas estas formas de participação na *web* têm em comum é o facto de ocorrerem de forma profundamente isolada e individualizada – ainda que simultaneamente imersa num ambiente de conectividade.

Sendo que a presente investigação se foca grandemente na acção *online* da sociedade civil, e na potenciação da participação cívica que daí poderá decorrer,

considera-se pertinente a referência a esta particularidade da relação do utilizador com o meio virtual. Neste sentido, note-se que “existe uma clara tendência para o afastamento de locais de dever cívico estabelecidos, preferindo a expressão mais individualizada e personalizada da voz (...)” (Lang, 2013, p. 20).

Deste modo, verifica-se uma deslocação de uma dimensão do comportamento cívico para um local que Dahlgren (2012) denomina de “*the solo sphere*” (Dahlgren, 2012, p. 17) – o local para a participação política *online* que é simultaneamente pessoal e personalizado mas inserido numa vasta rede portátil, que permite a interacção do indivíduo com uma variedade de contextos do mundo exterior (Dahlgren, 2012).

Sendo este um ambiente sobre o qual o utilizador sente ter um maior controlo, a participação é executada segundo os seus próprios moldes e segundo o seu próprio tempo, já que por exemplo, “a presença contínua de *websites* permite que os potenciais apoiantes conheçam e participem em campanhas ao longo do tempo e mediante a sua conveniência (...) (Stein, 2009, pp. 7-8).

Todavia, a especificidade da acção participativa na esfera virtual não se esgota no facto de ocorrer num contexto privado e individualizado. Surgem ainda questões associadas à sua significância, sendo possível ilustrar este ponto através da petição dinamizada pela ECI – que deve aos signatários *online* grande parte da sua expressão.

A participação *online* por via da assinatura de petições trata-se de um processo, fácil e imediato, por vezes apenas à distância de um clique. Neste âmbito, poderá até recorrer-se ao termo “*clicktivism*”, um híbrido entre *click* e *activism* que se refere ao “uso da *internet* para tomar acção directa, e muitas vezes militante, para alcançar um objectivo político ou social”⁸⁶.

Contudo, se este se trata de um processo fácil e imediato, trata-se também de um processo breve, que se esgota nele próprio e que poderá ser realizado sem grande reflexão sobre o assunto premente – todas características que desejavelmente não deveriam estar associadas ao processo de participação cívica. Assim, surge o conceito de *slacktivism*, “a proclamação pública de crenças políticas por meio de actividades que exigem pouco esforço ou compromisso”⁸⁷. Consequentemente, as críticas ao facilitismo

⁸⁶ Fonte: Collins Dictionary – entrada disponível em <http://goo.gl/MjZJ3M>

⁸⁷ Fonte: Collins Dictionary – entrada disponível em <http://goo.gl/BMn8us>

e à auto-promoção associadas a este tipo de actividade são um argumento a favor da sua descredibilização.

CAPÍTULO III. ESPECIFICIDADES COMUNICACIONAIS

III. 1. Elementos de contextualização

De modo a analisar a especificidade inerente à estratégia comunicacional das duas partes – e a sua consequente interacção, também explorada no Capítulo IV – mostra-se necessário apresentar alguns elementos de contextualização.

Em primeiro lugar, e tendo em conta o que tem vindo a ser descrito até ao momento, é necessário estabelecer uma ligação entre a típica noção de esfera pública e a *web* enquanto plataforma de participação em formas de política alternativas.

Neste sentido, destaca-se o apresentado por Dahlgren (2013), que se serve da topografia de esfera pública concebida por Miège. Este modelo baseia-se numa lógica piramidal, em que o topo é constituído pela esfera de elite – incluindo-se aqui os órgãos de Estado e os estratos superiores do sector corporativo – a camada intermédia é formada pela esfera *mainstream* – nomeadamente pelos media dominantes e interesses específicos – e por fim, a base corresponde à esfera societária – uma esfera amorfa onde a comunicação assume diversas formas, tratando-se de uma esfera pública fraca, pela sua considerável distância dos centros de tomada de decisão (Dahlgren, 2013).

Em complementaridade com este modelo poderá ainda destacar-se a distinção entre públicos fortes e públicos fracos, explorada por Nancy Fraser, segundo a qual a ECI poderá ser entendida enquanto um público fraco, na medida em que a sua “(...) prática deliberativa consiste exclusivamente na formação de opinião e que não envolve a tomada de decisão” (Fraser, 1990, p. 75). Por seu turno, a CE poderá ser considerada como potencialmente mobilizadora de um público forte, já que o seu “(...) discurso engloba tanto a formação de opinião como a tomada de decisão” (Fraser, 1990, p. 75), resultando em decisões vinculativas.

Deste modo, poderá situar-se a Comissão Europeia – um público forte – como parte da camada de topo, e a Iniciativa de Cidadania Europeia – um público fraco – como parte integrante da camada inferior. Sendo a comunicação aquilo que interliga as três camadas (estas duas e a intermédia, antes referida como uma esfera *mainstream*),

pode entender-se aqui a importância de uma estratégia comunicacional tanto no sentido do topo para a base, como da base para o topo, servindo-se frequentemente da camada intermédia como veículo difusor.

Um segundo elemento a salientar diz respeito à interacção estabelecida entre a sociedade civil e a Comissão no contexto da *web*, sendo que a ela se encontram associadas características singulares decorrentes precisamente deste ambiente virtual.

As características da *web* implicam “a convergência da comunicação de um-para-um com a de um-para-muitos” (Dahlgren, 2013, p. 37). Por outras palavras, o contexto *online* esbate esta fronteira entre a comunicação de massas e a comunicação interactiva com actores específicos.

No contexto *online*, mesmo que uma mensagem seja direccionada para uma entidade específica, esta torna-se necessariamente objecto de comunicação de massa, já que as características da *web* – imediatividade, velocidade e amplitude da difusão de informações – possibilitam que esta chegue virtualmente a qualquer utilizador da *web*.

“Esta combinação entre comunicação de massa e comunicação interactiva está no cerne das redes sociais (...)” (Dahlgren, 2013, p. 37), em que trocas de mensagens entre dois utilizadores ganham automaticamente carácter público, sendo projectadas para o *news feed* das massas. Tome-se como exemplo uma possível interacção entre a Comissão Europeia e a ECI no Twitter: facto é que cada uma das partes se dirige directamente à sua interlocutora, todavia, as redes de seguidores de ambas as contas poderão acompanhar esta interacção, difundi-la e até nela intervir directamente.

Por outras palavras, e como incisivamente descreve Holt (2004), qualquer mensagem partilhada na *internet* passa a integrar um “(...) fluxo de discurso contínuo, tornando-se assim uma propriedade conjunta (e disputada) do seu compositor e de qualquer pessoa que possa lê-la” (Holt, 2004, p. 1).

Consequentemente, esta tipologia comunicacional facilita o escrutínio das informações partilhadas, implicando a concepção de uma estratégia comunicacional de natureza abrangente e coesa. Os pontos que se seguem pretendem explorar as estratégias comunicacionais de ambas as partes, fazendo referência às especificidades *online*.

Todavia, esta amplificação do alcance das mensagens produzidas e difundidas por aqueles que na *web* participam – tal como é o caso da ECI e da CE – comporta um problema, resultante da densificação de informações e participantes, sendo este

particularmente exacerbado quando toca à política – um dos aspectos mais menosprezados no contexto virtual. Falamos do problema da atenção.

O facto de vivermos “em sociedades onde muito actores competem intensamente pela nossa atenção através dos media” (Dahlgren, 2013, p. 37), implica que a ECI e a Comissão compitam não só entre si pela atenção daqueles que acompanham o caso, mas que compitam simultaneamente com um sem número de outros utilizadores produtores e difusores de mensagens.

Tendo em conta este tipo de interacção, que combina a comunicação de massa e a comunicação interactiva (Dahlgren, 2013, p. 37), que por sua vez é conjugado com o desafio que é conseguir a atenção do público nas actuais democracias ocidentais, seguidamente serão analisadas as estratégias comunicacionais da Comissão Europeia e da Iniciativa de Cidadania Europeia STOP TTIP. Durante esta análise será de igual relevância ter presente as contingências apresentadas no último ponto do Capítulo II, onde desenvolvemos alguns aspectos relativos à opinião pública, mobilização cívica e participação no contexto *online*.

III. 2. A estratégia Comunicacional da Comissão Europeia

III. 2 . 1. A Comunicação na Comissão: uma perspectiva abrangente

A estratégia formal de comunicação da CE tem vindo a registar uma passagem “(...) de uma abordagem informativa unidireccional para uma abordagem comunicativa bidireccional” (Brussel, 2014, p. 91). Aliás, as premissas orientadoras da Direcção-Geral de Comunicação da CE – “*listen, advise, engage*” – pretendem enfatizar precisamente esta abordagem dialógica (Management Plan DG COMM, 2015, p. 3)⁸⁸. Tendo presentes estas três dimensões-chave atente-se na estratégia que incide especificamente sobre a comunicação do Tratado Transatlântico.

As negociações para o TTIP tornaram-se num “(...) objecto de crescente escrutínio público e de uma certa preocupação na opinião pública” (CE, 2014, p. 2)⁸⁹, sendo consequentemente necessário “um esforço especial na gestão dos media e da opinião pública sobre o TTIP” (Management Plan DG TRADE, 2015, p. 39)⁹⁰.

⁸⁸ Fonte: Management Plan DG COMM – disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/qXzOzm>

⁸⁹ Com. transparência nas negociações do TTIP - disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/wQTQ7B>

⁹⁰ Fonte: Management Plan da DG de Comércio disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/wpszAb>

Assim, durante o decorrer das negociações – a 14 de Outubro de 2015 – foi anunciada a nova estratégia de Comércio e Investimento a nível europeu, intitulada *Trade for All*⁹¹. Baseada nos princípios da eficácia, transparência e valores, “a nova estratégia é também uma resposta directa ao intenso debate actual sobre o comércio na UE – incluindo a Parceria Transatlântica para o Comércio e Investimento em negociação com os Estados Unidos” (CE, 2015)⁹².

Segundo o explanado no documento oficial que incide sobre a *Trade for All*, a política comercial da UE deverá “(...) ser transparente e aberta ao escrutínio público” (Trade for All, 2015, p. 7)⁹³. No mesmo documento são ainda destacados compromissos como o da intensificação do debate e diálogo com a sociedade civil e Estados-Membro, a valorização do *feedback* dos *stakeholders* e o reforço das iniciativas de transparência (Trade for All, 2015, pp. 18-19).

Todavia, os esforços no sentido de uma reforma comunicacional antecederam a referida estratégia de Comércio e Investimento. Aliás, foi com o início de actividades de Malmström que a estratégia de comunicação sobre o Tratado Transatlântico se viu alterada. A 25 de Novembro de 2014, a conta EU TTIP Team anunciava a “nova iniciativa de transparência no TTIP por Cecilia Malmström” (EU TTIP Team)⁹⁴.

Esta iniciativa teve como objectivos o aumento do acesso a documentos TTIP através da publicação dos textos das negociações; a revisão da classificação dos documentos enquanto documentos restritos; a garantia de acesso aos textos do TTIP por parte de todos os Membros do PE através da extensão do uso das salas de leitura; a apresentação de relatórios das rondas de negociação; produção de material *online* adicional sobre a posição e abordagem da UE às negociações; intensificação do *engagement* com a sociedade civil; e o reforço dos esforços comunicacionais inclusive nas redes sociais (CE, 2014)⁹⁵.

Tendo por base estas directrizes, atente-se ao que actualmente pode ser destacado enquanto esforços comunicacionais singulares no caso do Tratado Transatlântico.

⁹¹ Secção do *website* da CE dedicada à Trade for All disponível no endereço : <http://goo.gl/phu5wl>

⁹² Pode consultar-se o *press release* no endereço <http://goo.gl/7o4226>

⁹³ Fonte: Trade For All - documento disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/5OwCko>

⁹⁴ Tweet disponível no endereço: <https://goo.gl/jM7yPq>

⁹⁵ Com. transparência nas negociações do TTIP - disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/wQTQ7B>

III. 2. 2. A singularidade da Comunicação no caso TTIP

O caso TTIP e, mais especificamente, a sua comunicação são anunciados como algo inédito no que respeita à transparência na negociação de um acordo comercial internacional. A singularidade desta abordagem faz-se notar através de um conjunto de elementos, como é o caso da secção do *website* da Comissão dedicada ao Tratado.

Como é possível concluir a partir da análise do *website* previamente elaborada, existe um nível de aprofundamento dos temas superior àquele que se poderá verificar em casos como o do CETA⁹⁶ ou TiSA⁹⁷. Partindo da informação disponibilizada nesta plataforma, torna-se possível destacar elementos que contribuem igualmente para a unicidade da estratégia comunicacional do caso TTIP e que derivam da referida iniciativa de transparência – reforçada, por exemplo pela estratégia *Trade for All*.

Deste modo, destaca-se a publicação dos textos de negociação⁹⁸ (incluindo-se aqui os textos integrais das propostas e os documentos de posicionamento da Comissão nas negociações, publicados pela primeira vez a 7 de Janeiro de 2015⁹⁹), a partilha de material relativo às diversas rondas de negociação, como relatórios e principais declarações¹⁰⁰ e ainda a partilha de um Guia de Leitura¹⁰¹, glossário¹⁰² e *factsheets*¹⁰³ que procuram explicitar as temáticas abordadas em cada capítulo do Tratado.

Nesta linha de disponibilização de documentos, destaca-se igualmente a publicação do Mandato de negociação para o Tratado, a 9 de Outubro de 2014¹⁰⁴.

Ainda no que respeita ao *website*, destaca-se a secção *Have your Say*, o reflexo da ênfase que a CE atribui ao *engagement* com a sociedade civil europeia sobre este tópico. Note-se que para além da realização de consultas públicas e reuniões regulares, as rondas de negociação são frequentemente acompanhadas pelos denominados “eventos para *stakeholders*”, já que “para a Comissão, incluir *stakeholders* relevantes no processo de negociação do TTIP é de suma importância”

⁹⁶ Secção dedicada ao CETA disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/wSse1U>

⁹⁷ Secção dedicada ao TiSA disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/UVmMEb>

⁹⁸ Textos de negociação do TTIP disponíveis no seguinte endereço: <http://goo.gl/udtLzA>

⁹⁹ Artigo disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/W7GozI>

¹⁰⁰ Material relativo às rondas de negociação disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/mF6N0w>

¹⁰¹ Guia de Leitura disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/ZUwCL1>

¹⁰² Glossário disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/CX1RPw>

¹⁰³ *Factsheets* disponíveis no seguinte endereço: <http://goo.gl/udtLzA>

¹⁰⁴ Comunicado de Imprensa disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/f1PrtM>

(CE, 2014, p. 6)¹⁰⁵. Estes eventos têm assim em vista a actualização dos *stakeholders* e a obtenção do seu *feedback*.

A preocupação com a gestão da opinião pública sobre o TTIP é tal que, “Nos Estados-Membros onde este tópico [TTIP] se generalizou na opinião pública, a Comissão reforçou os seus gabinetes nacionais com peritos em comércio internacional que intervêm em debates e esclarecem a opinião pública”¹⁰⁶.

Por fim, o simples facto de a equipa TTIP ser dotada de uma conta oficial no Twitter é por si um sinal que demarca a comunicação deste acordo, já que nenhum outro – como o CETA ou o TiSA – dispõe de uma conta exclusiva na rede social¹⁰⁷.

A lógica de funcionamento da rede social em questão possibilita momentos de interacção directa e imediata entre a equipa TTIP e os utilizadores. A título de exemplo, destaca-se a utilização da *hashtag*¹⁰⁸ #TTIPhour, que serviu de elemento identificativo num momento de discussão dedicado à colocação de questões por parte dos utilizadores e à posterior resposta por parte da Comissão¹⁰⁹. Note-se que dadas as limitações da plataforma quanto ao número de caracteres, esta discussão poderá permanecer num patamar superficial – aspecto que poderá até evidenciar uma escolha estratégia da CE no que respeita ao recurso a uma rede social que obriga a intervenções sucintas, já que a tarefa de resposta e todo o processo de diálogo se tornam mais simples e rápidos.

III. 3. A estratégia comunicacional da sociedade civil¹¹⁰

De modo a que possa ser analisada a dimensão estratégica da comunicação da ECI, há que identificar primeiramente quais as necessidades comunicacionais que lhe subjazem. Neste sentido, dever-se-á entender a ECI enquanto uma *Social Movement Organization* (SMO)¹¹¹, para que, partindo da tipologia de funções comunicacionais elaborada por Laura Stein (2009), seja possível analisar o caso da ECI. Todavia, deverá

¹⁰⁵ Fonte: *TTIP Explained* – disponível em <http://goo.gl/AeBkrp>

¹⁰⁶ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/5rt19x>

¹⁰⁷ A conta EU TTIP Team insere-se na lista de Departamentos e Serviços da CE que marcam presença no Twitter. A lista encontra-se disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/RZauqM>

¹⁰⁸ Hashtag: Palavra ou sequência de palavras unidas antecedida do sinal cardinal (#), usada geralmente para identificar assuntos nas redes sociais. *in* Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <https://goo.gl/nLOQii> [consultado em 30-03-2016].

¹⁰⁹ Interacção resultante da #TTIPhour disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/FK1T8V>

¹¹⁰ Relembramos que apesar de intitulada “A estratégia comunicacional da sociedade civil”, o presente segmento foca-se particularmente na acção da ECI que, inevitavelmente, se encontra interligada com outras entidades da sociedade civil europeia.

¹¹¹ No português: “Movimento Social Organizado”

ter-se presente a singularidade da génese da Iniciativa, que remetendo para o recurso a um instrumento de participação disponibilizado pela CE, acabou por evoluir para uma campanha independente.

A tipologia de Stein diferencia a “comunicação segundo esta forneça informações; auxilie na acção e mobilização; promova a interação e diálogo; faça ligações laterais; sirva como um canal para a expressão criativa; ou promova a angariação de fundos e produção de recursos” (Stein, 2009, p. 6). Partindo desta enumeração de funções comunicacionais das SMO, torna-se possível realizar a sua identificação a partir do caso concreto da ECI.

Grande parte do trabalho de campanha da ECI inclui o fornecimento de informação, seja esta disponibilizada através das plataformas virtuais como o *website* ou redes sociais, seja presencialmente em acções de divulgação, reuniões e conferências.

Uma vez veiculadas as informações-chave que reflectem a razão de ser da campanha, a acção e mobilização são a prioridade que se segue. Aqui inclui-se a assinatura da petição e a sua divulgação, bem como a participação em manifestações (como as que ocorreram a 10 de Outubro de 2015) e acções de sensibilização.

Por sua vez, a promoção do diálogo e interacção pode assumir diferentes formas, seja o diálogo num sentido vertical, com os órgãos responsáveis pela tomada de decisão, seja o diálogo num sentido horizontal, entre os já – ou potenciais – apoiantes da ECI. Este tipo de interacção poderá acontecer no contexto das NTIC – associado a redes sociais, contacto telefónico e contacto através de *e-mail* – ou da interacção presencial – por via de reuniões, conferências, encontros de cariz informal e manifestações.

A iniciativa não se encontra fechada sobre si mesma, sendo constituída por uma rede de centenas de ONG’s que a apoiam. A referência a estas organizações é comum, especialmente através das redes sociais, onde é possível verificar este tipo ligações horizontais com outros grupos por via de hiperligações para as respectivas páginas.

A questão da ECI se poder constituir como um canal para a expressão criativa afasta-se um pouco do descrito pela autora, já que esta se refere à expressão criativa através da *web*. No caso da ECI pode verificar-se este tipo de expressão nas acções *offline*, através da presença satírica de cartazes, máscaras e carros alegóricos.

Por fim, são também objecto da sua comunicação questões relacionadas com a angariação de donativos e com o aumento de recursos – sejam estes financeiros ou

humanos. Aliás, como já referido, a *homepage* do *website* da ECI oferece ao visitante a possibilidade de efectuar um donativo – opção também presente na página de Facebook.

Ainda no que respeita às SMO, poder-se-á também categorizar a ECI como uma *advocacy organization*, na medida em que disponibiliza uma “plataforma virtual para interacção, organização, comunicação, e mobilização” (Dahlgren, 2009, p. 192). Esta plataforma vê-se materializada através do *website* da Iniciativa, que em coordenação com as diversas redes sociais permite a consecução destas quatro actividades distintas.

Estando assim descritas as funções comunicacionais inerentes à Iniciativa de Cidadania Europeia, chegou o momento de analisar os diversos aspectos estratégicos que orientam a sua actividade comunicacional.

III. 3. 1. A complementaridade entre o *online* e o *offline*

As SMO podem ser caracterizadas segundo diversas formas de associação, sejam estas estabelecidas no universo *online* ou *offline*. Se por um lado o desempenho *online* de um movimento social é actualmente um factor-chave para o seu sucesso – desde a concepção de um *website* apelativo ao delinear de uma estratégia eficaz para as redes sociais – as acções *offline*, como reuniões, acções de divulgação e manifestações, não deixam de ser elementos essenciais à resposta às suas necessidades comunicacionais. Crê-se que a acção da ECI STOP TTIP bebe destes dois ambientes, sendo a sua estratégia comunicacional delineada mediante a intervenção em cada um deles.

III. 3. 1. 1. A importância das NTIC na estratégia da ECI

A divulgação e organização de um movimento de cariz transnacional exige a presença e utilização das NTIC, facilitando e optimizando a participação dos cidadãos. No caso da ECI, a necessidade de chegar à totalidade de Estados-Membro da UE, e de agilizar o processo de recolha de assinaturas, implica necessariamente uma acentuada actividade *online*.

Segundo Stephanie Roth, 70% das assinaturas foram recolhidas *online* e 30% foram recolhidas *offline* (Apêndice F, p. XXXII). Estes valores reflectem a inegável importância das NTIC na mobilização e activismo da Iniciativa. Contudo há que

salientar que apesar de as redes sociais terem sido um instrumento de comunicação importante, e que contribuiu para a recolha de assinaturas, o sucesso deveu-se ao facto de a ECI “ser apoiada por mais de 600 ONG’s de toda a Europa (...) [sendo que] estes grupos se especializam na mobilização através de e-mail” (Apêndice F, p. XXXII). Este tipo de comunicação foi realizado com intensa regularidade, procurando acompanhar os desenvolvimentos do caso.

As formas alternativas de participação política “dependem significativamente da *internet* devido à sua comunicação horizontal” (Dahlgren, 2013, p. 33) – o correspondente às funções de interacção e diálogo segundo Stein (2009). No caso da ECI, importa destacar dois níveis de comunicação horizontal, aquela que ocorre internamente e aquela que tem em vista a comunicação para lá da própria organização.

No que respeita ao funcionamento e organização internos da Iniciativa, há que destacar que a ECI opera segundo uma lógica de rede. A sede da Iniciativa e os diversos núcleos nacionais coordenam a sua acção através das NTIC, sendo esta relação estabelecida de formas distintas. A principal forma de contacto é assegurada por um servidor com todos os endereços de e-mail das 500 ONG’s que constituem a ECI. Através deste dispositivo são então difundidas notícias e comunicados de imprensa relativos à actividade da Iniciativa – uma vantagem decorrente das ligações laterais.

Em complementaridade, é realizada uma conferência telefónica mensal, na qual todos os contactos nacionais são convidados a participar. A conferência tem a duração aproximada de uma hora, tempo dedicado à discussão de questões práticas e estratégicas. Este é também um espaço dedicado à tomada de decisão e à partilha de informações relativas à realidade de cada um dos países participantes.

Por sua vez, a comunicação horizontal direccionada para o exterior da própria organização é também possibilitada pelo *website* e redes sociais da Iniciativa – plataformas fulcrais no que respeita a funções comunicacionais como o fornecimento de informação, promoção de interacção e mobilização.

A ECI marca presença numa diversidade de redes sociais, como o Twitter, Facebook, YouTube e Flickr. A presença em redes sociais distintas trata-se de uma decisão estratégica, tendo em vista atingir um maior número de públicos, visto que pessoas diferentes usam normalmente redes sociais diferentes. Por outro lado, cada uma

destas plataformas oferece também diferentes funcionalidades. Como já mencionado, a presente investigação centra-se na análise do Twitter e Facebook.

Um primeiro aspecto a referir sobre a estratégia utilizada em ambas as redes sociais diz respeito às denominadas *picture messages*, o principal instrumento estratégico destacado por Stephanie Roth (Apêndice F, p. XXXI). As *picture messages* consistem na comunicação por meio de imagens associadas a conteúdo textual, de modo a que os materiais produzidos e partilhados pela ECI se destaquem no universo *online*, podendo assim dar resposta à competição pela atenção dos utilizadores.

Todavia, segundo Roth, são aplicadas abordagens distintas relativamente ao Twitter e ao Facebook, já que “o Facebook é muito mais direccionado para o público em geral, ao passo que o Twitter, apesar de distribuir materiais para o público, se destina também aos decisores [que seguem a conta Stop TTIP]” (Apêndice F, p. XXXI). Por outras palavras, os conteúdos partilhados em cada uma das redes sociais são determinados consoante o público a que se destinam.

Deste modo, a conta Twitter centra-se na difusão de material relativo à actividade da ECI e não tanto na difusão de notícias relativas ao TTIP – já que a Comissão dispõe dos seus próprios canais nesta rede social. Por esta mesma razão, a presença da ECI no Twitter permite também a interpelação da conta EU TTIP Team¹¹² possibilitando a troca de mensagens entre as duas entidades – o que pode ser entendido enquanto comunicação vertical no sentido base para topo e vice-versa.

A rede social permite criar momentos de acção circunscritos à esfera Twitter, recorrendo à lógica de utilização de *hashtags*, como foi o caso da denominada *Twitter Storm*¹¹³, uma acção de protesto *online* consistindo na difusão de *tweets* com o mesmo *hashtag*, à mesma hora e na mesma data, tendo por objectivo tornar-se um tópico de destaque na rede social, alcançando um maior número de utilizadores¹¹⁴.

Por sua vez, a conta Facebook, dirigindo-se maioritariamente aos interessados na campanha de oposição ao TTIP, centra-se em tópicos do interesse comum e não tão direccionados para os decisores políticos.

¹¹² Algumas destas trocas de mensagens na rede social Twitter encontram-se disponíveis no seguinte endereço: <https://goo.gl/ji8QQa>

¹¹³ Consulte-se o Tweet no endereço: <https://goo.gl/e9wKGf>

¹¹⁴ Apesar de acção referida não ter sido criada pela ECI, esta desempenhou funções de divulgação e participou activamente na mesma.

Um aspecto estratégico sobre a actividade da ECI nesta plataforma trata-se do recurso à promoção dos seus conteúdos em troca de dado valor – à escolha do gestor da página – tendo em vista o aumento da difusão de informação junto de um público pré-determinado. Sobre este aspecto, Roth refere: “No Facebook talvez tenhamos impulsionado sete ou oito publicações em momentos cruciais na campanha (...)” (Apêndice F, p. XL). Em adição à promoção destas publicações, a Iniciativa recorreu igualmente às campanhas de Facebook para conseguir colmatar a ausência do TTIP na agenda mediática de países como a Roménia ou a Polónia. Crê-se que esta iniciativa exemplifica a ideia de um caminho alternativo para a democracia, já que concerne o processo de informação cidadã, que subjaz necessariamente a um exercício participativo consciente e informado.

Por fim, há que referir que as NTIC desempenham um papel proeminente na mobilização para acções *offline*, sendo cruciais não só de um ponto de vista de organização de actividade interna, mas também no que respeita à divulgação e mobilização de potenciais participantes. Exemplos disso são a entrega simbólica de assinaturas em Bruxelas¹¹⁵, e as Manifestações de 10 de Outubro de 2015 em Berlim¹¹⁶.

A relação que as NTIC estabeleceram com estas acções poderá ser segmentada em três momentos distintos: a comunicação que antecedeu as acções, a comunicação que as acompanhou em tempo real e a comunicação que lhes sucedeu.

No que concerne à comunicação anterior às acções *offline*, ela destina-se a responder a necessidades comunicacionais como a de informar e mobilizar, tendo por base o recurso a ligações laterais. Em ambos os casos foram difundidas informações sobre os eventos com relativa antecedência, sendo apresentados convites à acção como “Junte-se à acção da ECI STOP TTIP amanhã em Bruxelas e traga também os seus amigos”(ECI, 2015)¹¹⁷, ou ainda, “Se estiver pela cidade [Berlim], junte-se a nós” (ECI, 2015)¹¹⁸.

Relativamente à comunicação em tempo real, só nas manifestações ela esteve presente. Durante as Manifestações – e tomando partido da imediaticidade de partilha

¹¹⁵ Consulte-se o Apêndice A para uma contextualização da Entrega Simbólica da ECI, e em particular, para uma análise da comunicação a ela associada.

¹¹⁶ Consulte-se o Apêndice B para uma contextualização das Manifestações de 10 de Outubro de 2015, e em particular, para uma análise da comunicação a elas associada.

¹¹⁷ Tweet disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/hvWZVH>

¹¹⁸ Publicação disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/zgRRLx>

de informações – a conta Twitter STOP TTIP assumiu uma posição de narrativa, partilhando imagens e descrições dos acontecimentos à medida que a marcha avançava pela cidade¹¹⁹.

Por fim, no seguimento de ambos os acontecimentos, conteúdos produzidos a partir dos mesmos – como fotografias, vídeos e comentários – foram difundidos pelas redes sociais da Iniciativa, como o Facebook, Twitter, YouTube e Flickr. Neste sentido, destaca-se ainda a partilha de conteúdo noticioso relativo aos eventos com o intuito de sublinhar a sua projecção e até reconhecimento.

III. 3. 1. 2. A importância das acções *offline* na estratégia da ECI

A actividade da ECI não vive simplesmente da sua presença virtual, mas depende também de acções *offline*, desde a recolha presencial de assinaturas, manifestações e momentos associados ao seu funcionamento interno. Aliás, a concretização de acções *offline* permite contrabalançar o peso que tem a participação localizada na *solo sphere*, podendo esta acção presencial resultar noutro tipo de efeitos – como por exemplo, a conquista de visibilidade mediática.

Sobre a lógica de funcionamento interno há que destacar que “(...) muitas SMO têm membros geograficamente dispersos, (...) [podendo] frequentemente encontrar-se agrupadas em lugares particulares, viabilizando o contacto cara-a-cara” (Dahlgren, 2009, p. 196). No caso da ECI, um destes lugares trata-se da sede em Berlim, a partir de onde se coordena os esforços dos restantes agrupamentos nacionais. A importância do contacto presencial é também sublinhado por Stephanie Roth que refere que “(...) sempre que há rondas de negociação TTIP em Bruxelas, a sociedade civil junta-se (...) para uma reunião TTIP alternativa, onde se realizam *workshops* e discussões (...)” (Apêndice F, pp. XLIX).

Tenhamos presente as duas acções *offline* mais emblemáticas no que respeita à acção do movimento anti-TTIP: a entrega simbólica da ECI e as Manifestações de 10 de Outubro de 2015. Ambos os acontecimentos se encontram necessariamente relacionados com as práticas comunicacionais, sendo o resultado de uma acção informativa e mobilizadora, e tirando proveito das ligações laterais características deste tipo de movimento.

¹¹⁹ Actividade da conta STOP TTIP de 10/10/15 disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/QrBZ1w>

Ainda no que respeita às funções comunicacionais das SMO, e da sua presença nas acções *offline* do movimento anti-TTIP, salienta-se a expressão criativa.

“Através da crítica, e argumentação, estes grupos tentam gerar publicitação (...) [sendo que] uma estratégia-chave é o humor (...)” (Dahlgren, 2009, p. 194). Assim, associado à necessidade comunicacional que é a expressão criativa encontra-se o recurso ao humor, ironia e sarcasmo – o que poderá igualmente ser entendido enquanto uma escolha estratégica por parte da sociedade civil.

Exemplos desta questão são a entrega de assinaturas em Bruxelas, que contou com uma balança gigante, em que num dos pratos um manifestante ostentava uma máscara do presidente da Comissão Jean-Claude Juncker (Imagem 1)¹²⁰; o carro alegórico que figura a Chanceler alemã Angela Merkel a acender o rastilho da bomba TTIP (Imagem 2)¹²¹; ou ainda o emblemático cavalo de Tróia (Imagem 3)¹²² que tem vindo a marcar presença em muitas das manifestações da ECI. Recorrendo à expressão de Dahlgren, pode considerar-se este tipo de recurso estratégico como uma “uma guerra semiótica infundida de paródia” (Dahlgren, 2009, p. 194).

III. 3. 2. A Relação com os Media

“Um excelente indicador para a mobilização bem sucedida continua a ser a cobertura em meios de comunicação estabelecidos” (Lang, 2013, p. 123), razão pela qual a presença nos media tradicionais integra a estratégia comunicacional da sociedade civil. Todavia, a presença do movimento anti-TTIP na agenda mediática tem-se revelado um desafio, já que “(...) nos media *mainstream*, (...) a acção colectiva política e cívica fora da arena política formal é usualmente tratada com restrição, se não cepticismo” (Dahlgren, 2009, p. 198).

A presença mediática do movimento anti-TTIP tem em vista o alcance de dois tipos de destinatários: a sociedade civil europeia e os decisores políticos. Note-se que a presença nos media tradicionais continua a ser uma das principais formas de alcançar grande parte da população, informando-a e dinamizando a sua acção – no fundo, contribuindo para a formação da opinião pública e da acção que dela poderá advir.

¹²⁰ Imagem 1 disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/JXSXUI> ou no Anexo 1.

¹²¹ Imagem 2 disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/ieFehv> ou no Anexo 1.

¹²² Imagem 3 disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/jsLNw4> ou no Anexo 1.

Por outro lado, a camada societária da esfera pública – sendo um público fraco – tem como objectivo fazer chegar as suas opiniões à camada de topo, influenciando a sua decisão. Para que tal possa acontecer, a camada intermédia – os media *mainstream* – desempenham um papel fulcral, o de veicular a informação produzida pela camada de base até à camada de topo, conferindo-lhe visibilidade e projectando-a para a discussão na esfera pública. Neste sentido, os canais mediáticos constituem-se também como forma de exercer pressão sobre os decisores políticos (Apêndice F, p. XXXIII).

O grande objectivo da ECI será a obtenção de *free media*, ou seja, “(...) espaços e canais onde os actores políticos podem obter exposição e visibilidade, sem que não tenham de pagar a organizações mediáticas (...)” (McNair, 1995, p. 110). Neste sentido, torna-se relevante o papel desempenhado pelo *media management* – gestão dos media – e pelo *issues management* – gestão de temas e assuntos – duas práticas que têm por objectivo “(...) controlar, manipular, ou influenciar as organizações mediáticas segundo os seus objectivos políticos” (McNair, 1995, p. 114). O elemento básico para a conquista de *free media* são, portanto, os assuntos e o facto de estes poderem ser entendidos como tendo interesse mediático. A obtenção de *free media* encontra-se profundamente ligada ao desenvolvimento de mecanismos de profissionalização (Lang, 2013, p. 126; McNair, 1995, p. 110), dado que a visibilidade possibilitada pelos órgãos de comunicação social se trata de um recurso escasso (Henriques, 2010, p. 104) e, consequentemente, disputado por uma série de outros actores. Assim, em complementaridade com os aspectos já destacados a propósito da profissionalização, junta-se agora uma outra dimensão, nomeadamente a que respeita à relação com os media. No caso da ECI, a experiência activista dos seus membros e o traçar de uma estratégia comunicacional concreta são os dois factores de profissionalização que contribuem para a sua presença nos media tradicionais.

Segundo Stephanie Roth, a relação com os media é estabelecida através de uma dinâmica bidirecional. Por um lado, a ECI recebe frequentes solicitações da imprensa a propósito de comentários sobre os desenvolvimentos do caso, ou para entrevistas sobre a ECI e o movimento anti-TTIP. Estas solicitações são feitas maioritariamente pela imprensa alemã e por publicações de cariz global, como por exemplo, o *The New York Times* (Apêndice F, p. XXXVI).

Por outro lado, o contacto pode partir também da Iniciativa, que difunde normalmente os seus comunicados de imprensa junto de uma lista de contactos. Esta é

formada por entidades que contactaram previamente a ECI, que solicitaram a sua integração na lista, ou que foram sugeridas por ativistas da equipa de campanha da ECI. Tomando proveito do seu funcionamento em rede, e servindo-se de um sistema de *e-mail* interno, a Iniciativa difunde as suas notícias e comunicados de imprensa junto das ONG's que a constituem, para que estas possam traduzi-las e difundi-las juntos dos seus próprios contactos (Apêndice F, pp. XXXVI-XXXVII).

Não nos sendo possível aprofundar a análise do conteúdo mediático – e recorrendo novamente ao levantamento já mencionado no Capítulo II¹²³ – importa destacar alguns aspectos sobre a cobertura do movimento anti-TTIP por parte dos media tradicionais. Foram abordados três momentos distintos associados à acção da sociedade civil: o arranque da Iniciativa de Cidadania Europeia; a entrega simbólica de assinaturas junto da CE; e as manifestações realizadas a 10 de Outubro de 2015 em Berlim. Mediante estes tópicos, foi possível concluir que – apesar da cobertura variar consoante o país de origem – as Manifestações de 10 de Outubro foram o acontecimento mais mediatizado, reflexo de que aspectos como a espectacularidade e dimensão contribuem em grande parte para a visibilidade de determinado *issue* e para a sua inclusão na agenda. Os primeiros momentos da ECI e a posterior entrega simbólica das assinaturas foram consideravelmente menos mediatizados, seja pela sua fraca saliência comparativamente a outros *issues*, seja pela sua fraca projecção pública, ou até pela própria ausência de reconhecimento por parte da CE.

CAPÍTULO IV. A QUESTÃO DOS EFEITOS

O presente capítulo tem em vista a exploração dos efeitos da participação cívica da sociedade civil junto das instâncias decisoras (CE). Esta trata-se de uma participação cívica alternativa (Dahlgren, 2013), que bebe de dinâmicas criadas na e pela sociedade civil europeia. Procurar-se-á aferir se este quase permanente contacto – muito estabelecido pelo meio virtual – entre sociedade civil e órgãos decisores afecta a atitude da CE relativamente aos processos comunicacional e negocial do Tratado. De modo a analisar a questão dos efeitos, partiremos de três momentos de “interacção” entre a sociedade civil europeia e a CE, que considerámos como tendo maior saliência: a

¹²³ Consulte-se os pontos 2, 3 e 4 do Apêndice C.

consulta pública a propósito do ISDS (o elemento central); a entrega simbólica da petição por parte da ECI; e as manifestações de 10 de Outubro de 2015 em Berlim.

IV. 1. A Reformulação do ISDS

IV. 1.1. ISDS no TTIP: Elementos de Contextualização

A Resolução de Litígios entre Investidores e Estado (RLIE), ou no inglês *Investor State Dispute Settlement* (ISDS), trata-se de um dos temas mais controversos associados ao Tratado Transatlântico. A particularidade da questão é tal que, desde Março de 2014 até Setembro de 2015, não integrava sequer as negociações do Tratado.

Segundo a CE, “A Resolução de Litígios Investidores-Estado (ISDS) é um instrumento legal que permite que os investidores apresentem uma reivindicação perante um tribunal de arbitragem, caso o Estado anfitrião não respeite as regras de protecção ao investimento ao abrigo do TTIP” (CE, Consulta ISDS, 2014, p. 9)¹²⁴. Assim, “Se um investidor conseguir provar que uma medida adoptada pelo país de acolhimento constitui uma infracção às disposições de protecção do investimento e lhe causa prejuízos significativos, tem direito a uma indemnização” (CE, 2014, p. 1)¹²⁵.

A questão da protecção de investimento e do ISDS é desde logo abordada no Mandato relativo ao TTIP¹²⁶, referindo que “(...) a inclusão da protecção de investimento e do mecanismo de resolução de litígios Investidores-Estado (ISDS) dependerá da consecução de uma solução satisfatória, atendendo aos interesses da UE (...)” (Estados-Membro, Mandato TTIP, 2013, p. 8) – note-se que se trata de uma premissa condicional, não implicando obrigatoriedade de inclusão do ISDS no texto final do Tratado.

As principais críticas apresentadas pela sociedade civil dizem respeito a questões como: o recurso a Tribunais Arbitrais de Investimento, ao invés de Tribunais Nacionais; a desmotivação de criação de regulamentação mais exigente, ou a redução da exigência dos padrões regulamentares face ao temor de um possível processo ISDS; e os conflitos de interesse associados aos árbitros, que nos casos ISDS são também

¹²⁴ Documento da consulta disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/HAuZDz>

¹²⁵ Fonte: *Protecção do Investimento e Resolução de Litígios entre Investidores e o Estado (RLIE) em acordos da UE* – disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/04umXl>

¹²⁶ Consultem-se as páginas 8, 9 e 10 do Mandato relativo ao Tratado Transatlântico disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/WBDgjZ>

advogados (e não juizes a tempo inteiro) e poderão assim procurar futuras oportunidades de negócio junto dos investidores¹²⁷.

O exemplo mais célebre associado a este tipo de acção legal trata-se do processo iniciado pela tabaqueira Philip Morris contra o Estado australiano, que mediante a implementação de legislação de prevenção ao tabagismo, invocou expropriação ilegítima dos seus investimentos e exigiu uma avultada indemnização¹²⁸.

O carácter controverso da cláusula foi inevitavelmente transportado para a discussão sobre o Tratado Transatlântico, gerando-se um cenário de posições extremadas, ora a favor, ora contra o ISDS – até mesmo entre os membros da CE.

Se por um lado Jean-Claude Juncker referiu que “Não há (...) nenhuma obrigação a este respeito: o mandato deixa a questão em aberto (...) não haverá qualquer disposição que limite o acesso das partes aos tribunais nacionais ou que permita que instâncias secretas tenham a última palavra nos litígios entre investidores e Estados” (Juncker, 2014)¹²⁹. Por outro, a favor do ISDS, destaca-se a carta dirigida a Cecilia Malmström¹³⁰ apelando à inclusão do ISDS na versão final do Tratado. Esta foi assinada por 14 governantes europeus¹³¹ – incluindo-se neste grupo o português Bruno Mações, o então Secretário de Estado dos Assuntos Europeus.

IV. 1. 2. Consulta Pública *online*

“Dado o forte interesse público nesta matéria [ISDS], a Comissão Europeia está a consultar o público na UE sobre uma possível abordagem para a protecção do investimento e ISDS que contém uma série de elementos inovadores (...) e que a UE pretende usar como base para as negociações do TTIP” (Comissão Europeia, 2014)¹³². Esta é a justificação apresentada pela CE para ter dado início a uma consulta pública sobre a temática da protecção de investimento e ISDS.

¹²⁷ Baseámo-nos nas críticas apresentadas pela ECI ao ISDS disponíveis no endereço: <https://goo.gl/ZuilAQ>

¹²⁸ Recentemente o Tribunal Arbitrário recusou a audiência do processo, o que representou a vitória do Estado Australiano sobre a tabaqueira Philip Morris. Mais informações sobre o caso disponíveis no *online The Guardian*, através do endereço: <http://goo.gl/QmtwHN>

¹²⁹ Excertos do discurso de Juncker disponíveis no seguinte endereço: <http://goo.gl/T7pRpT>

¹³⁰ Carta disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/0scNHu>

¹³¹ Os signatários da carta representavam os seguintes países: Inglaterra; República Checa; Chipre; Estónia; Dinamarca; Finlândia; Croácia; Malta; Lituânia; Irlanda; Suécia; Espanha; Portugal; e Letónia.

¹³² Fonte: *Consultation Notice* disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/PSP1mm>

Há que refletir sobre a razão pela qual a CE decidiu dar início a uma consulta pública neste momento e sobre esta questão. Assim, admite-se a possibilidade de que a este ponto a Comissão se sentisse já interpelada e pressionada pela sociedade civil relativamente a este tópico, podendo esta decisão ser entendida como efeito da acção da sociedade civil. Contudo, e mesmo admitindo que a realização desta consulta se encontra relacionada com a crítica da sociedade civil, atente-se no recurso à expressão “forte interesse público nesta matéria”, ao invés de afirmar à partida que esse interesse poderia traduzir-se na oposição ao mecanismo de arbitragem.

A consulta foi intitulada, “Consulta Pública *online* sobre protecção de investimento e resolução de litígios Investidor – Estado na Parceria Transatlântica para o Comércio e Investimento”¹³³, e decorreu entre 27 de Março e 12 de Julho de 2014. A sua divulgação foi feita através do *website* do Tratado e da conta EU TTIP Team¹³⁴.

O principal objectivo da consulta dirigida a todos os *stakeholders* à escala da UE foi o de analisar “(...) se a abordagem proposta pela UE para o TTIP consegue o equilíbrio certo entre a protecção dos investidores e a salvaguarda do direito e da capacidade da UE em regulamentar em função do interesse público” (CE, 2014)¹³⁵.

De modo a participar na consulta, o utilizador deveria munir-se de dois documentos, nomeadamente a Notificação sobre a consulta¹³⁶, e o documento da consulta¹³⁷ propriamente dito, dispondo de 90 minutos para completar o questionário – disponível em todos os idiomas da UE. O documento de 44 páginas é constituído por 13 questões e por um grupo de anexos que resulta em mais de metade da sua extensão.

Alguns dos tópicos abordados no questionário foram por exemplo: o tratamento não discriminatório para investidores; a expropriação; a garantia do direito à regulamentação e à protecção de investimento; e a transparência no ISDS.

Há ainda que referir o prolongamento do prazo da consulta. A CE refere que “Esta consulta foi alargada até 13 de Julho por conta do grande interesse, bem como do aumento de participação nos últimos dias da consulta e do facto de o sistema ter estado

¹³³ Consulte-se a página *web* dedicada à consulta pública: <http://goo.gl/fngPTC>

¹³⁴ Tweet disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/osbej5>

¹³⁵ Fonte disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/fngPTC>

¹³⁶ *Consultation Notice* disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/PSP1mm>

¹³⁷ Documento da consulta disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/HAuZDz>

temporariamente em baixo a 3 de Julho devido a problemas técnicos, impedindo assim um número de respondentes de responderem à consulta” (Comissão Europeia, 2014)¹³⁸.

IV. 1.2.1. Os Resultados da Consulta Pública

Foi contabilizado um total de 149 399 respondentes – colectivos e individuais, sendo que “(...) um grande número de respostas foi submetido colectivamente através de acções coordenadas dentro da sociedade civil” (Comissão Europeia, 2014)¹³⁹.

Os resultados da consulta podem ser agrupados segundo três categorias de resposta: uma primeira que “indica oposição ou preocupações com o TTIP em geral” (CE, Relatório ISDS, p. 3, 2015)¹⁴⁰; uma segunda categoria que “indica preocupações e oposição em relação à protecção de investimento / ISDS no TTIP” (CE, Relatório ISDS, p. 3, 2015) e por fim uma terceira categoria que remete para questões específicas associadas aos assuntos de cada questão. Acrescenta-se ainda o facto de “(...) apesar de algumas respostas de apoio, muitos respondentes consideram que estas modificações são insuficientes para dar resposta às preocupações que têm em relação ao ISDS em geral” (CE, Relatório ISDS, p. 16, 2015).

Importa apresentar certas observações adicionais relativamente a três aspectos.

O primeiro tem que ver com a submissão colectiva de respostas por parte da sociedade civil. No relatório é referido que “A grande maioria [das respostas], cerca de 145,000 (ou 97%), foram submetidas colectivamente através de várias plataformas *online* contendo respostas pré-definidas às quais os respondentes aderiram” (CE, Relatório ISDS, p. 3, 2015). Note-se que a consulta pública se trata de um mecanismo de participação criado pela CE. Porém, mesmo tendo em conta que esta acção não nasceu no seio da sociedade civil, a acentuada participação verificada foi uma consequência directa da sua acção, constituindo-se como um exemplo de mobilização cívica.

Após ter registado uma tão grande afluência de respostas, o *website* da consulta ficou indisponível devido a questões técnicas. Karel de Gucht, o então Comissário para o Comércio, descreveu esta participação organizada como “um ataque directo”, já que

¹³⁸ Fonte disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/fngPTC>

¹³⁹ Fonte: Relatório Preliminar da Consulta Pública disponível no endereço: <http://goo.gl/LdqZd0>

¹⁴⁰ Fonte: Relatório Final da Consulta Pública disponível no endereço: <http://goo.gl/dfYpME>

“O facto de tantas respostas serem idênticas reflecte uma acção coordenada”¹⁴¹. Esta observação parece colocar sucessivos entraves às formas aceitáveis de os cidadãos comunicarem a sua opinião às instâncias decisoras, até mesmo quando são estas que desencadeiam o processo.

O segundo aspecto respeita ao entrave ao diálogo. Alguns dos respondentes referiram que “(...) a consulta não lhes permitiu afirmar desde o início se concordam ou não com a inclusão do ISDS no TTIP (...)” (CE, Relatório ISDS, p. 140, 2015). De facto, o âmbito do questionário debruça-se apenas sobre formas de melhorar o mecanismo, impedindo que fosse dado um parecer sobre a sua inclusão no TTIP.

O terceiro aspecto remete para a noção de Tecnocracia, já explorada no presente estudo (a partir do ponto de vista de Norberto Bobbio). “(...) Alguns indivíduos consideraram que a consulta era demasiado complexa ou demasiado técnica, ou até mesmo que havia sido tornada intencionalmente inacessível ou difícil de seguir. Alguns queixam-se (...) de que as questões foram concebidas exclusivamente para advogados e especialistas em lei de investimento (...)” (CE, Relatório ISDS, p. 35, 2015). Esta é uma questão sensível, visto que a participação, e a sua qualidade, poderão estar dependentes da facilidade de entendimento dos assuntos que se encontram em discussão.

Esta questão é o reflexo de que “a capacidade de resposta tornou-se muito limitada – tecnicamente complexa, formalmente burocratizada e socialmente selectiva” (Esteves, 1998, p. 86). Os elementos patentes no TTIP são complexos, incluindo-se aqui o ISDS, afastando o cidadão comum para a esfera da incapacidade participativa, reservando a participação a um grupo restrito de indivíduos.

IV. 1.3. A criação do *Investment Court System* (ICS)

Após um processo de reformulação do mecanismo, é anunciada a 16 de Setembro de 2015 a proposta¹⁴² para um novo Sistema Judicial de Investimento, denominado *Investment Court System* (ICS), que substituiria o anterior ISDS. Este anúncio é feito no *website* do TTIP¹⁴³ e na conta Twitter da equipa responsável¹⁴⁴.

¹⁴¹ Citação proveniente do artigo do *Wirtschafts Woche* disponível no endereço: <http://goo.gl/FXfhXF>

¹⁴² Texto completo da proposta disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/wS12Qr>

¹⁴³ Consulte-se o seguinte endereço: <http://goo.gl/yYkojA>

¹⁴⁴ Tweet disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/qKNxKg>

As principais alterações ao sistema são destacadas por Frans Timmermans, que referiu que, “O novo Sistema Judicial de Investimento será composto por juizes totalmente qualificados, o processo será transparente, e os casos serão decididos com base em regras claras. Além disso, o Tribunal estará sujeito a revisão por um novo Tribunal de Recurso. Com este novo sistema, protegemos o direito dos governos para regulamentar e garantir que as disputas de investimento serão julgadas em plena conformidade com o Estado de Direito” (Timmermans)¹⁴⁵.

A finalização da proposta foi anunciada a 12 de Novembro de 2015¹⁴⁶ – acontecimento comunicado através da conta Twitter¹⁴⁷ e do *website* do Tratado¹⁴⁸ – sendo o ICS discutido pela primeira vez entre as duas partes aquando da 12ª ronda de negociações, que decorreu entre 22 e 26 de Fevereiro de 2016, em Bruxelas.

Esta reforma foi contestada pela sociedade civil, que guarda inquietações herdadas do ISDS, e que vê nela um mecanismo cosmético e retórico, que ignora a vontade dos cidadãos – são disso exemplo a ECI¹⁴⁹ e a Plataforma portuguesa¹⁵⁰.

IV. 1. 4. A implicação da Consulta para a questão dos efeitos

Apesar da reformulação do ISDS não se tratar do resultado desejado do ponto de vista daqueles que já se haviam manifestado contra este documento, e que expressaram a sua oposição através da consulta, a existência da própria reformulação poderá ser considerada um efeito da acção da sociedade civil junto dos decisores. Aliás, antes ainda, a própria realização da consulta – suscitada pelo debate público – é já por si a ressonância da actividade da sociedade civil.

Se numa primeira instância a abertura de uma consulta pública sobre o ISDS poderia vir a constituir-se enquanto um possível mecanismo de legitimação da acção da CE – ou até de uma utilização instrumental e estratégica de uma “ficção estatística de opinião pública” (Esteves, 1998, p. 88) – a mobilização cívica (no contexto *online*) deitou por terra a possibilidade de realização de uma consulta de opinião discreta sobre

¹⁴⁵ Fonte disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/yYkojA>

¹⁴⁶ Texto final disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/bJ1mYv>

¹⁴⁷ Tweet disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/Mp2Bsp>

¹⁴⁸ Comunicado de imprensa disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/kwhXch>

¹⁴⁹ Entrada do *blog* disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/BLcEqC>

¹⁵⁰ Publicação da Plataforma disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/VaBXor>

um tópico de magna importância¹⁵¹. Neste sentido, a acentuada participação dos cidadãos na consulta, e os resultados da mesma, levaram a que o mecanismo passasse por um processo de reformulação junto das instituições europeias, afectando directamente a sua acção.

Todavia, o alcance da participação da sociedade civil estava à partida determinado pela CE, já que o objectivo da consulta não era a discussão da inclusão do ISDS no TTIP, mas sim a forma mais adequada de a fazer – mesmo tendo em conta a expressiva oposição por parte dos respondentes. Não obstante os resultados da consulta, esta não deixou de ser usada pela Comissão enquanto instrumento de comunicação política, salientando que a proposta para o ICS teve na sua base, entre outros contributos, o *input* substancial dos *stakeholders* através da consulta pública¹⁵².

IV. 2. A Entrega Simbólica da ECI

No âmbito da análise dos efeitos importa analisar a resposta da Comissão à entrega simbólica da ECI¹⁵³. A atitude da Comissão face a este acontecimento ajuda-nos a construir uma perspectiva geral sobre a forma como esta acomodou a participação da sociedade civil na sua estratégia negocial e comunicacional. Assim, destaca-se dois momentos distintos: a recusa de comparência dos representantes da CE na entrega simbólica da petição e a declaração realizada por Bernd Martenczuk, representante da Comissão Europeia.

Segundo a ECI, “Pelo menos quatro semanas antes do evento a equipa de campanha da ECI STOP TTIP entrou em contacto com a Comissão Europeia, solicitando ao presidente Juncker ou ao vice-presidente Timmermans para que aceitassem as assinaturas. (...) na noite antes da acção, a Comissão comunicou que nenhum deles poderia estar presente” (ECI, 2015)¹⁵⁴. Esta atitude revela-se consideravelmente dissociada da frequente proclamação da importância do *input* cidadão no que concerne às questões europeias – central estratégia comunicacional das entidades da UE no caso TTIP.

¹⁵¹ Note-se que não se pretende defender a ideia de que os resultados da consulta ilustram a opinião pública generalizada a toda a sociedade civil europeia, pretende-se sim o sublinhar da importância do contributo da sociedade civil neste âmbito

¹⁵² Fonte disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/yYkojA>

¹⁵³ Para uma descrição mais detalhada do Entrega Simbólica consulte-se o Apêndice A.

¹⁵⁴ Entrada do *blog* disponível no endereço: <https://goo.gl/0S14Js>

Ante a atitude da Comissão, os activistas “levaram” a manifestação até à sede da Comissão, o que resultou no contacto com Bernd Martenczuk – um membro do gabinete de Timmermans – que, dirigindo-se aos manifestantes, referiu: “Gostaria de transmitir que o Vice-Presidente sempre afirmou que atribui grande importância ao debate político sobre o TTIP, que é de facto ilustrado pela vossa iniciativa e pelas assinaturas que reuniu”¹⁵⁵. Por sua vez, este tipo de declaração pretende alinhar-se com a estratégia da CE enunciada no Capítulo III, sublinhando a valorização do *engagement* e a aplicação do mantra “*Have Your Say*”. Por outro lado, não se lhe pode associar qualquer tipo de esperança no que respeita a uma revisão ou reavaliação da Iniciativa.

Por fim, note-se que não se verificou nenhum tipo de declaração adicional por parte da CE, seja através das redes sociais, seja através do *website* dedicado ao Tratado.

IV. 3. As Manifestações de 10 de Outubro de 2015

À semelhança do sucedido com a entrega simbólica da ECI, dar conta da resposta da CE às Manifestações de 10 de Outubro¹⁵⁶ terá em vista traçar o modo geral como a CE acomoda a participação da sociedade civil na sua estratégia.

Neste sentido, considera-se como resposta por parte da Comissão, ainda que de forma indirecta, a actividade da conta EU TTIP Team no dia das manifestações¹⁵⁷. Na data em questão verificou-se um acréscimo na actividade da conta, tendo sido partilhados materiais relacionados com os benefícios do Tratado; os mitos que lhe são associados; a divulgação do novo ISDS; e ainda as diversas alternativas de contacto com a CE. De entre estas publicações, destaca-se aquela que se refere directamente aos acontecimentos, enunciando “Se está nas ruas hoje, descubra o que está realmente patente no TTIP (...)” (EU TTIP Team, 2015)¹⁵⁸, seguindo-se uma hiperligação remetente para o *website* oficial do Tratado.

Este tipo de abordagem comunicacional reflecte o já referido, ou seja, uma comunicação centrada no sublinhar dos benefícios do Tratado, procurando simultaneamente dar conta da “contra-informação” que sobre ele circula.

¹⁵⁵ Fonte: Vídeo da autoria da ECI que retrata a Entrega Simbólica, disponível no endereço: <https://goo.gl/rn4xyQ>

¹⁵⁶ Para uma descrição mais detalhada das Manifestações de 10 de Outubro consulte-se o Apêndice B.

¹⁵⁷ Actividade da conta EU TTIP Team de 10/10/15 disponível no endereço: <https://goo.gl/Xg5DiG>

¹⁵⁸ *Tweet* disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/UVsYYP>

Um segundo aspecto a destacar trata-se da ausência de qualquer tipo de declaração oficial por parte da Comissão Europeia que incida concreta e unicamente sobre este assunto em específico – a ocorrência de um protesto de tamanha dimensão criará a expectativa da realização de algum tipo de declaração formal por parte da Comissão ou da equipa responsável pelo TTIP para além do *tweet* supramencionado.

As manifestações de 10 de Outubro são – no máximo – referidas a propósito do “intenso debate” em torno do Tratado, tal como o fez Malmström, enunciando: “(...) é impossível negar que existe um grande debate sobre o comércio em toda a União Europeia. (...) Temos vistos dezenas de milhares de pessoas nas ruas para protestar contra as negociações a propósito (...) da Parceria Transatlântica para o comércio e Investimento com os Estado Unidos” (Malmström)¹⁵⁹.

IV. 4. Suspensão do Acordo da Partilha de Dados

Dada a temática explorada no presente capítulo, considerou-se pertinente mencionar um recente caso de mobilização cívica com efeitos políticos concretos e com ligação a alguns dos aspectos basilares figurados no Tratado Transatlântico. Fala-se aqui da suspensão do acordo transatlântico de partilha de dados informáticos entre a UE e os EUA – uma decisão do TJUE em Outubro de 2015.

Denominado *Safe Harbour*, e em vigor desde 2000, o acordo estabelecia o compromisso assumido dos EUA em fornecer protecção adequada dos dados dos utilizadores europeus transferidos para os EUA. Passados 15 anos, o TJUE considerou que o tratado havia sido violado, o que resultou na sua suspensão.

A decisão do TJUE teve por base várias queixas de cidadãos às autoridades que controlam a protecção de dados, sendo que o destaque vai para Maximillian Schrems, que ao longo de quatro anos procurou provar que a legislação americana não oferecia protecção suficiente quanto aos dados transferidos pelo Facebook. Schrems apresentou uma contestação contra o Facebook junto to TJUE, que acabou por decidir a seu favor.

Durante este processo, o austríaco criou um *website* intitulado *Europe vs Facebook*¹⁶⁰, dedicado ao caso que havido colocado em marcha. A plataforma reuniu

¹⁵⁹ Discurso completo disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/AqwyZx>

¹⁶⁰ Consulte-se o seguinte endereço: <http://www.europe-v-facebook.org/EN/en.html>

dezenas de milhares de apoiantes, sendo que parte deles contribuiu financeiramente para o processo no que disse respeito a despesas legais.

Estando a decorrer as negociações relativas ao TTIP, a suspensão do acordo trará as suas implicações para a relação económica entre as partes, já que os dados pessoais desempenham um papel fulcral no comércio *online*. Ou seja “(...) a decisão do TJUE também significa que eles [TTIP e TiSA] não poderão conter capítulos sobre os fluxos de dados através do Atlântico que não abordem as lacunas do *Safe Harbour*. Isso é complicado, uma vez que assegurar os compromissos da UE para garantir o fluxo de dados totalmente livre através do Atlântico – incluindo informações pessoais – é um dos objectivos fundamentais para os EUA, tanto no TTIP como no TiSA (...)”¹⁶¹.

Considerou-se pertinente a referência ao caso em questão, na medida em que este teve origem na sociedade civil, partindo de um indivíduo que, através das tecnologias *web*, conseguiu construir e mobilizar uma base de apoio – grande parte dele financeiro – despoletando uma acção cívica espontânea, estando à vista os seus efeitos: trata-se da suspensão de um acordo transatlântico com 15 anos.

Há ainda que destacar o facto de este tipo de acção, que recorreu ao poder judicial e que tem como alicerce uma reivindicação ético-moral, ter-se revelado mais eficaz que as acções referidas nos pontos anteriores. Neste sentido, retome-se o referido no Capítulo II sobre o processo de contestação de rejeição da ECI junto do TJUE, que caso resulte numa decisão a favor da Iniciativa, implicará necessariamente maiores garantias no que concerne aos efeitos da sua acção junto da CE.

IV. 5. A Questão dos Efeitos: Observações Adicionais

“Enquanto que as vantagens associadas à tecnologia da *Internet* – e às ideias organizacionais da descentralização democrática – geralmente superam as desvantagens, a sua eficácia política a longo-prazo não pode ser assegurada” (Dahlgren, 2009, p. 194).

Ao longo do estudo têm sido destacados três momentos distintos: a difusão de informações tendo em vista a formação de uma opinião pública; a mobilização em torno de opiniões e valores partilhados que resulta numa acção *online* e/ou *offline*; e por fim

¹⁶¹ Artigo disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/1yM5VC>

as consequências ou efeitos que essa acção tem junto das instâncias decisoras. Concerne ao presente capítulo a análise deste último ponto, especialmente no que respeita à acção que decorre na e a partir da *web* que, como nos diz Dahlgren (2009), tem a ela associada uma imprevisibilidade de efeitos políticos.

Os elementos apresentados nos primeiros três pontos deste capítulo pretendem contribuir para traçar uma perspectiva geral da forma como a Comissão acomoda a acção da sociedade civil, procurando aferir os efeitos desta mesma acção junto da instância decisora. Foram já apresentados os efeitos concretos da acção expressa no primeiro ponto: uma acção de mobilização cívica que aproveitou uma consulta lançada pela CE para expressar a sua oposição ao ISDS (bem como ao TTIP), levando a uma projecção da questão para a discussão na esfera pública e, em última instância, resultando na reformulação do ISDS para ICS.

Por outro lado, os pontos 2 e 3 referem-se a acções desencadeadas pela própria sociedade civil – mais concretamente pelo movimento anti-TTIP que nela se insere – possibilitando a análise de dimensões distintas no que aos efeitos diz respeito.

O que parece tornar a análise mais complexa, é a aparente ausência de resposta ou reacção por parte da Comissão face às acções desencadeadas pelo movimento anti-TTIP. Todavia, considera-se que este é de facto o grande efeito da acção da sociedade civil, mesmo não tendo sido o efeito antecipado (ou desejado). As sucessivas acções dinamizadas pelo movimento anti-TTIP, desde a ECI e a sua entrega simbólica, às manifestações de 10 de Outubro, todas tiveram o mesmo efeito na Comissão: o silêncio.

Verifica-se uma atitude de distanciamento da CE face às interpelações desta facção da sociedade civil, seja pela recusa de comparência nas suas acções – como na entrega da ECI – seja pela sua simples não discussão – à semelhança da inexistência de declarações relativas às manifestações. Esta atitude vem assim contrastar nitidamente com uma política de *engagement* e abertura frequentemente publicitada pela CE.

O silêncio poderá ser entendido como uma opção estratégica por parte da CE, que não reconhece na movimento anti-TTIP a única instância de representação da sociedade civil. Como tal, não são feitos comentários, dadas respostas, ou publicitados acontecimentos e questões “inconvenientes” para a Comissão.

Este tipo de atitude por parte da Comissão terá as suas consequências no que respeita à discussão da oposição ao Tratado na esfera pública europeia. O exemplo de

uma consequência desta atitude de silêncio e não reconhecimento por parte da CE será a ausência desta questão nos media, já que existe a possibilidade de “(...) um *issue* [ser] inserido na agenda mediática apenas se houver *input* valorizado por parte de representantes governamentais” (Lang, 2013, p. 127).

Assumindo que o “silêncio” e o não reconhecimento do movimento anti-TTIP como única instância de representação da sociedade civil poderão ser considerados como os efeitos concretos junto das instâncias decisoras, importará ainda referir uma outra categoria de efeitos. Para tal, atente-se ao referido por Stephanie Roth: “(...) a Comissão deveria estar extremamente grata em relação ao importante contributo que a sociedade civil e as ONG’s prestaram ao debate sobre o TTIP. Se não fossem as ONG’s não se levantariam questões como a da transparência (...) E se não fosse pela participação da sociedade civil e pela oposição não teríamos, por exemplo, tanto trabalho feito pela Comissão sobre o ISDS” (Apêndice F, p. XLI).

Admitindo a carga emotiva que rodeia a afirmação da activista, importa ao presente estudo salientar algumas das questões referidas por Roth, e que se relacionam com o tema dos efeitos. De facto, crê-se que um dos efeitos do movimento anti-TTIP, já até este momento, se tratou da projecção de uma diversidade de tópicos relacionados com o Tratado para a discussão na esfera pública europeia. Consequentemente, quando um *issue* passa a integrar a agenda cidadã com tamanha expressão – como é possível verificar, por exemplo, no contexto alemão – os órgãos decisores são levados a acomodar as vozes da sociedade civil no desenrolar da sua própria acção. Assim, crê-se que a estratégia comunicacional da CE tão centrada nos mantras do *engagement* e no convite para o *Have Your Say* – inclusive no lançamento da estratégia *Trade for All* – poderá ser entendida como uma resposta da CE à pressão da sociedade civil, sendo assim um efeito da mesma.

Entendendo a acção despoletada pelo movimento anti-TTIP como um caminho alternativo para a participação democrática, há que ter em conta a imprevisibilidade dos efeitos que lhe está associada. Um outro factor relevante trata-se do facto de as negociações não terem chegado ainda ao seu término, momento que não poderá sequer ainda ser determinado. Por estas razões, a análise dos efeitos permanece em aberto e deverá ser prosseguida mediante o desenvolvimento da dinâmica das negociações (e sua eventual conclusão), bem assim como das energias que a sociedade civil possa ainda vir a mobilizar para este problema.

CONCLUSÃO

A presente investigação teve em vista a consecução de três objectivos distintos: averiguar o papel que as NTIC desempenham no processo de formação de uma opinião pública; a análise do seu potencial mobilizador para uma participação cívica nos contextos *online e offline*; e o estudo do impacto dessa participação junto das instâncias decisoras. Partindo desta problemática, seleccionou-se o caso do Tratado Transatlântico, e da oposição que o mesmo tem vindo a registar – através do movimento anti-TTIP e mais concretamente através da ECI – considerando-se que o mesmo possibilitaria a ilustração e análise das questões que nos propusemos abordar.

Sendo as NTIC o denominador comum aos três objectivos enunciados, há que referir a centralidade que as mesmas assumem na actividade da ECI. Neste sentido, destacam-se as tecnologias *web* – particularmente o seu *website* e respectivas redes sociais – que são para a Iniciativa uma forma de dar resposta a um conjunto de necessidades comunicacionais como a difusão de informação, dinamização de debate e diálogo e mobilização para a acção.

Estas três necessidades comunicacionais inerentes ao funcionamento da ECI remetem necessariamente para o primeiro objectivo da investigação: o contributo da Iniciativa para o processo de formação de opinião pública. Tendo em conta a divulgação de informação, a preocupação com a realização de conferências e acções de sensibilização, e até a sua presença nos media tradicionais, crê-se que a ECI contribui para o debate público sobre o Tratado Transatlântico, para a sua divulgação, e para a sua análise crítica – o que em última instância poderá ser considerado como um contributo para o processo de formação de uma opinião pública – ambicionando vir a constituir-se enquanto vontade colectiva.

O segundo objectivo do estudo concerne à mobilização, ou seja, a capacidade da Iniciativa em reunir indivíduos e organizações em torno de um conjunto de valores e sentimentos comuns, levando-os à acção e à potencial transformação de uma realidade concreta – neste caso, das negociações relativas ao TTIP.

O grande marco associado à actividade mobilizadora da ECI será provavelmente o abaixo-assinado (e o grande número de assinaturas, mais de três milhões) recolhido ao longo de um ano. Note-se que a importância das NTIC para tal resultado é inegável e

poderá ser vista como a tradução da capacidade mobilizadora da ECI – ainda que maioritariamente no contexto *online*.

Contudo, este tipo de participação individualizada, que toma lugar na *solo sphere* poderá ter um revés: o de um reduzido compromisso com a participação cívica e a fácil dispersão a favor de outras mecânicas participativas, que coabitam – em desigualdade – com a participação cívica na esfera *online*. Neste sentido, surge uma desconfiança relativamente à credibilidade deste tipo de participação, sendo esta ilustrada pela proliferação de termos pejorativos como *clicktivism* ou *slacktivism*.

Não obstante esta questão, poderão ser ainda enumerados outros reflexos da acção mobilizadora da ECI, mais concretamente a Entrega Simbólica das Assinaturas e as Manifestações de 10 de Outubro de 2015. Dois exemplos de mobilização para uma acção *offline*, partindo de meios *online* – e tirando considerável proveito das relações horizontais de que disfrutam muitas das organizações associadas ao movimento anti-TTIP.

Por fim, recuperando o terceiro e último objectivo: a questão dos efeitos da participação da sociedade civil junto das instâncias decisoras. Crê-se que a actividade do movimento anti-TTIP tem vindo a surtir efeitos junto da Comissão Europeia, mesmo que estes não sejam os desejados. Em primeiro lugar, há que considerar que o principal efeito, estando este associado à questão do silêncio, se resume ao facto de a CE não reconhecer no movimento anti-TTIP a única representação da sociedade civil europeia. Em segundo lugar, é possível destacar um efeito directamente associado ao contributo para o processo de formação da opinião pública, sendo este o fomento de diálogo e de difusão de informação no âmbito da esfera pública europeia. Assumindo um papel de vigilância cívica, o movimento anti-TTIP tem contribuído para a reestruturação da estratégia comunicacional da CE no que diz respeito à transparência e *engagement*.

Facto é que a análise da competência e eficácia das estratégias comunicacionais da CE se trata de uma questão complexa dado os factores que se lhe encontram associados, como é o caso da sua actuação num território tão abrangente. A União Europeia, ao ser formada por um conjunto de países com culturas e formas de viver a política bastante distintas, trata-se de um objecto de análise heterógeno com dinâmicas e contingências díspares – como foi possível observar, por exemplo, relativamente ao contraste das abordagens do caso TTIP na Alemanha e em Portugal.

Centrando-nos nas questões desenvolvidas ao longo da investigação, é possível concluir que a actividade da sociedade civil levou à formulação e à reformulação da estratégia comunicacional da Comissão Europeia – o que deverá ser entendido enquanto um efeito directo e concreto da sua actividade. Todavia, reformulação após reformulação, o destaque reside no sublinhar de uma política de transparência, *engagement* com *stakeholders* e fomento de um diálogo não só transversal mas específico a cada um dos Estados-Membro.

Esta estratégia é apoiada por uma imensa máquina comunicacional que, na presente investigação, teve de ser reduzida ao *website* da CE e à conta Twitter EU TTIP Team – estando na base desta selecção o objectivo de analisar os principais mecanismos oficiais de comunicação da Comissão.

Como foi possível destacar a partir do Capítulo I – e em articulação com o Capítulo III – o *website* da Comissão reúne um sem número de informações relacionadas com o Tratado, plasmando minuciosamente todas as indicações de comunicação que a própria enuncia. Por sua vez, a conta Twitter – tratando-se de um elemento singular à comunicação do Tratado – reflete um cariz maioritariamente publicístico, revelando investimento neste tipo de comunicação interactiva, dada a periodicidade de publicações e a relativamente frequente troca de mensagens com diversos utilizadores.

Como nos dizem Dahlgren (2012) e Lang (2013), a expressão pública de voz poderá não ser sinónimo de participação, já que esta poderá restringir-se a isso mesmo, à partilha de pareceres com as instituições, sem que esta em nada afecte a sua tomada de decisão. Uma participação cívica efectiva implica relações de poder e a partilha desse poder, pressupondo a possível observação de consequências do acto participativo junto das atitudes e decisões das instâncias governamentais.

Porém, a possibilidade de a sociedade civil participar de forma efectiva na esfera política encontra-se altamente restringida pelos parâmetros delineados pela próprias instâncias decisoras. Esta problemática remete-nos para uma outra questão transversal ao estudo, e que diz respeito à possibilidade de os mecanismos de participação disponibilizados pela CE serem tidos como meras construções retóricas de participação.

Por um lado, e sob o signo da estratégia *Trade for All*, verifica-se a existência de uma comunicação estratégica baseada nos valores de transparência e diálogo. Valores

esses suportados por plataformas *online*, como um *website* e uma conta Twitter com intensa actividade, onde são partilhados, por exemplo, textos de negociação e relatórios das rondas negociais. Por outro lado, muitos mecanismos de participação cívica disponibilizados pela Comissão Europeia poderão ser entendidos como uma retórica alusiva à participação cívica tendo em vista a legitimação da sua própria acção. Tome-se como exemplo a realização de uma consulta pública sobre um *issue* político (ISDS) que, depois, chega a ser encarada como um “ataque”. Ou ainda a criação de um sistema de participação dos cidadãos na agenda política europeia, que lhes possibilita apenas expressar apoio e não oposição relativamente à acção das instâncias decisoras (referimo-nos à Iniciativa de Cidadania Europeia).

Por fim, é relevante mencionar que aquando da análise da atitude da CE relativamente à acção da sociedade civil, é frequentemente referida a ausência de resposta por parte de determinados representantes da Comissão. Neste sentido, note-se que as ocorrências relativas ao Tratado Transatlântico coincidem com a avassaladora “Crise de Refugiados” verificada na Europa, sendo que em muitas ocasiões este tópico foi aquele que “monopolizou” o espaço mediático e político, relegando questões como o TTIP para um plano secundário. Esta observação tem em vista dar conta de uma contingência, o que porém não altera o facto de meios de comunicação exclusivamente dedicados ao TTIP – como é o caso da EU TTIP Team – se terem remetido ao silêncio em momentos como o da Entrega Simbólica da ECI.

O resultado da investigação elaborada até ao momento apresenta um quadro algo contraditório – mas inevitavelmente associado ao tratamento de questões de natureza sensível como é a do Tratado Transatlântico. Neste sentido, talvez possamos estar diante da metáfora de David e Golias – criticada por Sabine Lang (2009) no âmbito do tratamento mediático das ONG’s – no sentido em que a ECI poderá ser vista como uma entidade “(...) marginalizada (...) [mas] defensora de direitos humanos, ideais democráticos e igualdade política e económica” (Lang, 2013, p. 17), sendo que, por sua vez, a Comissão é tida, no melhor dos cenários como um regulador poderoso, ou num caso extremo, como um “(...) opositor implacável do sector não governamental” (Lang, 2013, p. 17).

Admite-se, porém, que este tipo de conclusões possam ser demasiado extremadas, e que a acomodação da participação cívica no contexto da UE possa ser analisada a partir de um outro ponto de vista – talvez mais centrado na Comissão e não

tanto na sociedade civil, como foi o caso do presente trabalho, e que se admite que poderá ter algum peso na interpretação das ocorrências. A escolha do tema em questão poderá apresentar-se também como justificação para o tipo de relação descrita entre sociedade civil e órgãos decisores, admitindo-se que noutros contextos o resultado e recepção da participação cívica sejam distintos e susceptíveis de resultar em conclusões menos dramáticas.

Propusemo-nos explorar três momentos vitais da participação cívica, sendo estes enquadrados pelas Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação. Cremos ter dado início à exploração desses três momentos tendo como enquadramento uma relação de cariz internacional entre Sociedade Civil e Instâncias Decisoras.

Mediante a observação crítica da investigação no seu propósito de consecução dos objectivos enunciados, crê-se existirem elementos que a poderão complementar. Em primeiro lugar, o estudo procura dar conta das acções comunicacionais de ambas as partes, analisando sempre que possível a sua interacção. Todavia, priorizámos uma análise mais detalhada da actividade da sociedade civil, sendo assim de possível interesse o desenvolvimento mais aprofundado da especificidade comunicacional da Comissão Europeia – que é por si só uma máquina comunicacional complexa.

Em segundo lugar, seria interessante a exploração mais detalhada do levantamento noticioso relativo às questões abordadas ao longo da investigação. Tendo já sido enunciada a importância dos media tradicionais na potenciação de *issues* e na formação de uma opinião pública, seria interessante conseguir precisar qualitativa e quantitativamente a cobertura mediática das temáticas em questão, o que consequentemente possibilitaria a avaliação de questões como a eficácia das estratégias comunicacionais da ECI, e o real reflexo que o caso TTIP e a sua oposição tiveram em territórios distintos. Admite-se, porém, que uma tarefa de semelhante natureza resultaria num estudo autónomo e complementar ao presente.

A constante e abundante produção de material por parte da CE e da ECI levaram à necessidade de uma considerável selecção das temáticas a abordar, de modo a que estas melhor se ajustassem aos propósitos enunciados. Todavia, crê-se que temáticas de natureza mais “controversa”, segundo a discussão na esfera pública europeia, pudessem ter sido um contributo enriquecedor para o presente trabalho. Para nomear apenas uma dessas temáticas, tome-se como exemplo as regras impostas aos Membros do

Parlamento Europeu aquando da sua visita às salas de leitura – sendo estas destinadas à consulta de documentos confidenciais relativos ao Tratado.

Por fim, seria de considerável contributo para o estudo, a exploração de uma alternativa de contacto com a Plataforma Não ao TTIP, de modo a que fosse possível traçar um enquadramento nacional mais incisivo, e que ultrapassasse a esfera do que é exteriormente observável. Neste sentido, seria até ideal o acompanhamento – por um período de tempo a determinar – das actividades da Plataforma, procurando analisar empiricamente as suas dinâmicas e estratégias.

A presente investigação apresenta a particularidade de se debruçar sobre uma temática contemporânea, analisando uma realidade que se encontra ainda sob intensa transformação. Neste sentido, importantes conclusões relativamente à problemática abordada ficarão inevitavelmente em aberto.

Numa perspectiva futura, será interessante dar continuidade à linha de análise iniciada a partir da presente investigação, todavia contemplando as dimensões que cremos terem ficado agora por examinar mais detalhadamente.

Num futuro (indeterminado) as negociações chegarão ao seu término, crendo-se que esse será um momento relevante para uma próxima análise, procurando aferir a evolução da estratégia comunicacional que até aqui tem vindo a ser advogada pela Comissão Europeia. De momento, mostra-se impossível precisar um “quando”, e inevitavelmente um “como”, terminarão as negociações, dado tratar-se de um processo moroso e até imprevisível. Aliás, ao longo do processo negocial têm vindo a ser mencionadas possíveis datas para a conclusão do acordo, sucessivamente deitadas por terra com o passar do próprio tempo.

Em complementaridade a uma futura análise da estratégia da CE, seria de semelhante interesse analisar o desenvolvimento da actividade – e estratégia – da Iniciativa de Cidadania Europeia. Dado que a ECI se formou devido à oposição ao TTIP – e também ao CETA – seria pertinente avaliar qual o rumo que esta tomaria dado o término das negociações: se prosseguiria com a sua acção consoante o resultado do processo, ou se cessaria a sua actividade como consequência do desfecho negocial.

BIBLIOGRAFIA

Bärenreuter, C., Brüll C., Mokre, M. & Wahl-Jorgensen K. (2009). An Overview of Research on the European Public Sphere. *Eurosphere online Working Paper Series* (Issue No. 03).

Bobbio, N. (1988). *O Futuro da Democracia*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Brussel, A. V. (2014). From Informing to Interacting? Exploring the European Commission's Communication Strategy "to be all ears". *Journal of Contemporary European Research*. Retirado a 23 de Janeiro de 2016 de <http://www.jcer.net/index.php/jcer/article/view/556>

Castells, M. (2008). *The New Pubic Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance*. Annals, AAPSS, 616.

Dahlgren, P. (2013). *The Political Web: Participation, Media, and Alternative Democracy*. Basingstoke UK: Palgrave Macmillan.

Dahlgren, P. (2012). Reinventing participation: Civic agency and the web environment. *Geopolitics, History, and International Relations*, 4(2), 27-45.

Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*. New York: Cambridge University Press.

ESTEVES, João Pissarra (1998). *Opinião pública e democracia na sociedade de informação*; in *Ciência e Direitos dos Cidadãos*, Cascais, Câmara Municipal de Cascais (Actas dos IV Cursos Internacionais de Verão).

Fraser, N. (1990) *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*. Duke University Press. Retirado a 16 de Março de 2016 de <http://www.jstor.org/stable/466240>

Henriques, M. S. (2010). *Comunicação e mobilização social na prática de polícia comunitária* (Colecção Comunicação e Mobilização Social). Belo Horizonte: Autêntica Editora.

Holt, R. (2004). *Dialogue On the Internet: Language, Civic Identity, and Computer-mediated Communication Civic Discourse for the Third Millennium*. Greenwood Publishing Group

Lang, S. (2013). *NGO's, Civil Society, and the Public Sphere*. New York: Cambridge University Press.

McNair, B. (1995). *An Introduction to Political Communication*. London and New York: Routledge

Stein, L. (2009). Social Movement Web Use in Theory and Practice: A Content Analysis of US Movement Websites. *New Media & Society*, 11(5), pp. 749-71. Retirado a 25 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/uojpsz>

WEBGRAFIA

1. Documentos Institucionais

Centre for Economic Policy Research (2013). Reducing Transatlantic Barriers to Trade and Investment – An Economic Assessment. Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/march/tradoc_150737.pdf

Centre for Economic Policy Research (2014). Quantifying the Impact of a Transatlantic Trade and Investment Partnership (T-TIP) Agreement on Portugal. Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de http://www.flad.pt/wp-content/uploads/2014/08/novo.ttip_portugal.pdf

Comissão Europeia (2014). Communication to the Commission concerning transparency in TTIP negotiations. Retirado a 17 de Janeiro de 2016 de http://ec.europa.eu/news/2014/docs/c_2014_9052_en.pdf

Comissão Europeia (2014). Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA). Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/september/tradoc_152806.pdf

Comissão Europeia (2014). Consultation Notice. Retirado a 4 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/march/tradoc_152279.pdf

Comissão Europeia (2013) Directives for the negotiation on the Transatlantic Trade and Investment Partnership between the European Union and the United States of America. Retirado a 28 de Dezembro de 2015 de <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11103-2013-DCL-1/en/pdf>

Comissão Europeia (2015, Novembro 12). EU finalises proposal for investment protection and Court System for TTIP. Retirado a 7 de Março de 2016 de http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6059_en.htm

Comissão Europeia (n. d.). Glossário. Retirado a 23 de Janeiro de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/january/tradoc_153035.pdf

Comissão Europeia (2012). Guia da Iniciativa de Cidadania Europeia. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <http://europedirect.aigmadeira.com/cms/wp-content/uploads/2013/04/Guia-da-iniciativa-de-cidadania-europeia.pdf>

Comissão Europeia (2015). Inside TTIP - An overview and chapter-by-chapter guide in plain English. Retirado a 23 de Janeiro de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/july/tradoc_153635.pdf

Comissão Europeia (2015). Management Plan 2015 - DG COMMUNICATION. Retirado a 17 de Janeiro de 2016 de http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/comm-initiatives/comm-management-plan2015_en.pdf

Comissão Europeia (2015). Management Plan 2015 DIRECTORATE-GENERAL FOR TRADE. Retirado a 17 de Janeiro de 2016 de http://ec.europa.eu/atwork/synthesis/amp/doc/trade_mp_en.pdf

Comissão Europeia (2015). Portugal: Exportações significam emprego. Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/june/tradoc_153555.pdf

Comissão Europeia (2014). Preliminary report (statistical overview) Online public consultation on investment protection and investor-to-state dispute settlement (ISDS) in the Transatlantic Trade and Investment Partnership Agreement (TTIP), Retirado a 7 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/july/tradoc_152693.pdf

Comissão Europeia (2014). Protecção do Investimento e Resolução de Litígios entre Investidores e o Estado (RLIE) em acordos da UE. Retirado a 1 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/april/tradoc_152423.pdf

Comissão Europeia (2014). Public consultation on modalities for investment protection and ISDS in TTIP. Retirado a 1 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/march/tradoc_152280.pdf

Comissão Europeia (2015). Report: Online public consultation on investment protection and investor-to-state dispute settlement (ISDS) in the Transatlantic Trade and Investment Partnership Agreement (TTIP). Retirado a 7 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/january/tradoc_153044.pdf

Comissão Europeia (n. d.). The State of EU Trade. Retirado a 26 de Fevereiro de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2012/june/tradoc_149622.jpg

Comissão Europeia (2015). Trade for All. Retirado a 19 de Janeiro de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/october/tradoc_153846.pdf

Comissão Europeia (1990). Transatlantic Declaration on EC-US Relations. Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de http://eeas.europa.eu/us/docs/trans_declaration_90_en.pdf

Comissão Europeia (2015) Transatlantic Trade and Investment Partnership - Trade in Services, Investment and e-commerce. Retirado a 8 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/september/tradoc_153807.pdf

Comissão Europeia (2015) Transatlantic Trade and Investment Partnership - Trade in Services, Investment and e-commerce. Retirado a 8 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/november/tradoc_153955.pdf

Comissão Europeia (2014). TTIP Explained. Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/may/tradoc_152462.pdf

Comissão Europeia (2014). Your request for registration of a proposed citizens' initiative entitled "STOP TTIP". Retirado a 5 de Janeiro de 2016 de <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/documents/2552>

Estados-Membro da UE (2008). Versão Consolidada do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia. Retirado a 28 de Dezembro de 2015 de http://publications.europa.eu/resource/ellar/bf882c81-4319-4800-b90e-a3e82abb0aff.0019.02/DOC_6

Estados-Membro da UE (2012). Tratado da União Europeia (Versão Consolidada). Retirado a 28 de Dezembro de 2015 de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012M/TXT&qid=1452340031780&from=PT>

Parlamento Europeu e Conselho Europeu (2013). Regulamento (UE) n.º 211/2011 do Parlamento Europeu e do Conselho de 16 de Fevereiro de 2011 sobre a iniciativa de cidadania. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/Fqfgo8>

United States Mission to the European Union (n. d.) New Transatlantic Agenda. Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/ZMOFxx>

United States Mission to the European Union (n. d.) Transatlantic Economic Partnership. Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/tukelV>

2. Websites

2.1. Websites: Website Comissão Europeia

Comissão Europeia (n. d.). About TTIP: Process. Retirado a 28 de Dezembro de 2015 de http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ttip/about-ttip/process/#_main-stages

Comissão Europeia (2015, Setembro 16). Commission proposes new Investment Court System for TTIP and other EU trade and investment negotiations. Retirado a 8 de Março de 2016 de <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1364>

Comissão Europeia (n. d.). EU negotiating texts in TTIP. Retirado a 28 de Dezembro de 2015 de <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1230>

Comissão Europeia (2015, Janeiro 7). European Commission publishes TTIP legal texts as part of transparency Initiative. Retirado a 21 de Janeiro de 2016 de <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1231>

Comissão Europeia (n. d.). In focus: Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA). Retirado a 22 de Dezembro de 2015 de <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ceta/>

Comissão Europeia (n. d.). In focus: New Trade Strategy. Retirado a 18 de Janeiro de 2016 de <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/new-trade-strategy/>

Comissão Europeia (n. d.). In focus: Trade in Services Agreement (TiSA). Retirado a 22 de Dezembro de 2015 de <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/tisa/>

Comissão Europeia (n. d.). In focus: Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). Retirado a 22 de Dezembro de 2015 de <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ttip/>

Comissão Europeia (n. d.). In focus: Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) – Documents and Events. Retirado a 23 de Janeiro de 2016 de http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ttip/documents-and-events/index_en.htm#negotiation-rounds

Comissão Europeia (n. d.). Iniciativa de Cidadania Europeia. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/welcome>

Comissão Europeia (n. d.). Iniciativa de Cidadania Europeia: A sua ideia pode ser objeto de uma iniciativa de cidadania?. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/competences#treaties>

Comissão Europeia (n. d.). Iniciativa de Cidadania Europeia: Pedido de Registo Recusado. Retirado a 5 de Janeiro de 2016 de <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/initiatives/non-registered/details/2041>

Comissão Europeia (n. d.). Iniciativa de Cidadania Europeia: Visão Geral. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/basic-facts>

Comissão Europeia (n. d.). Online public consultation on investment protection and investor-to-state dispute settlement (ISDS) in the Transatlantic Trade and Investment Partnership Agreement (TTIP). Retirado a 5 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/consultations/index.cfm?consul_id=179

Comissão Europeia (n. d.) Trade. Retirado a 27 de Dezembro de 2015 de <http://ec.europa.eu/trade/>

Comissão Europeia (2015, Outubro 14). Trade for All: European Commission presents new trade and investment Strategy. Retirado a 18 de Janeiro de 2016 de http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5806_en.htm

Comissão Europeia (2014). TTIP: 'I'm delighted that EU governments decided to make the TTIP negotiating mandate public' – says De Gucht. Retirado a 24 de Janeiro de 2016 de http://europa.eu/rapid/press-release_STATEMENT-14-306_en.htm

Comissão Europeia (n. d.). What is TTIP about?. Retirado a 22 de Dezembro de 2015 de <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ttip/about-ttip/>

Comissão Europeia (n. d.). What is your opinion on each of the following statements? Please tell me for each statement, whether you are for it or against it. A free trade and investment agreement between the EU and the USA(11/2014). Retirado a 10 de Abril de 2016 de <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Chart/getChart/chartType/mapChart/themeKy/29/groupKy/179/savFile/646>

2.2. Websites: Website STOP TTIP

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (2015, Setembro 18). Do the Commission's reform proposals for ISDS really solve the problem?. Retirado a 8 de Março de 2016 de <https://goo.gl/BLcEqC>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). ECI is closed – signature gathering continues. Retirado a 6 de Outubro de 2016 de <https://goo.gl/Rp38Yw>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). EU Commission wants to wipe out citizens' involvement in ttip and ceta. Retirado a 6 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/fBs8ha>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). How is Stop TTIP funded?. Retirado a 10 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/duZbVg>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Lawsuit at the ECJ. Retirado a 6 de Janeiro de 2016 de <https://stop-ttip.org/lawsuit-ecj/>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Martin Schulz, the president of the European Parliament, did not miss out on the opportunity to accept the Stop TTIP ECI signatures during a handover action in Berlin [newsletter]. Retirado a 30 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/fxgKyQ>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Members of the Citizens' Committee. Retirado da 11 de Janeiro de 2016 de <https://stop-ttip.org/members/>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). National Contact Points. Retirado a 7 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/q0eSuk>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Preliminary Final Count [newsletter]. Retirado a 30 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/Xp7TOI>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Press. Retirado a 10 de Janeiro de 2016 de <https://stop-ttip.org/press/>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Short Introduction. Retirado a 21 de Dezembro de 2015 de <https://stop-ttip.org/what-is-the-problem-ttip-ceta/>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Sign the European Initiative. Retirado a 6 de Janeiro de 2016 de <https://stop-ttip.org/sign/>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Signature sheets for Printing. Retirado a 6 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/joV8ud>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Stop These Sinister Trade Deals. Retirado a 20 de Dezembro de 2015 de <https://stop-ttip.org/>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Stop TTIP Partner Organisations. Retirado a 8 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/oWf0Od>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Success for "Stop TTIP": 3,263,920 signatures!. Retirado a 30 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/1N1NAJ>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). Team. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <https://stop-ttip.org/team/>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (n. d.). The ECI result in numbers. Retirado a 6 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/NZyFHV>

STOP TTIP: Self-Organised European Citizens' Initiative Against TTIP and CETA (2015). TTIP & Ceta in detail. Retirado a 5 de Janeiro de 2016 de <https://stop-ttip.org/what-is-the-problem-ttip-ceta/faqs/>

Süddeutsche Zeitung. (2015, Outubro 7). Drei Millionen Unterschriften gegen TTIP. *Süddeutsche Zeitung*. Retirado a 31 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/fcwW5l>

The New York Times (2015, Outubro 10). Hundreds of thousands protest in Berlin against EU-US trade deal [ficheiro em vídeo]. Retirado a 9 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/cdwC3U>

2.3. Websites: Websites Vários

Office of the United States Trade Representative (2015). Transatlantic Trade and Investment Partnership (T-TIP). Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de <https://ustr.gov/ttip>

Plataforma Não ao TTIP (n. d.). [homepage]. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <https://www.nao-ao-ttip.pt/>

Plataforma Não ao TTIP (2015, Outubro 12). Concentração no Rossio do dia 11-10. Retirado a 11 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/UhkxJD>

Plataforma Não ao TTIP (2015, Setembro 20). Dia 11 de Outubro – 17H00 | LISBOA – no Rossio : Concentração contra o Tratado Transatlântico. Retirado a 11 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/kEhJBm>

Plataforma Não ao TTIP (2016, Fevereiro 24). O ICS é o ISDS reformulado. Retirado a 8 de Março de 2016 de <https://goo.gl/VaBXor>

Trade 4 People (n. d.). Bundesweite Stop TTIP & CETA Großdemo. Retirado a 5 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/miOAe6>

Trade 4 People (n. d.). International Days of Action. Retirado a 5 de Fevereiro de 2016 de <https://www.trade4people.org/>

TTIP & CETA Stoppen (n. d.). Ablauf & Route. Retirado a 8 de Fevereiro de 2016 de <http://ttip-demo.de/ablauf/>

TTIP & CETA Stoppen (n. d.). Demonstration in Berlin: About 250,000 people demand to “Stop TTIP and CETA – For Fair Global Trade!”. Retirado a 12 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/oJvuxW>

TTIP & CETA Stoppen (n. d.). Der Trägerkreis der Demonstration. Retirado a 7 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/8SA2Wr>

TTIP & CETA Stoppen (n. d.). TTIP & CETA Stoppen. Retirado a 7 de Fevereiro de 2016 de <http://ttip-demo.de/home/>

World Trade Organization (n. d.) World Trade Organization. Retirado a 30 de Dezembro de 2015 de <https://www.wto.org/>

3. Redes Sociais

3.1. Redes Sociais: Conta Twitter EU TTIP Team / Comissão Europeia

EU TTIP Team [EU_TTIP_team] (n. d.). Tweets [conta Twitter]. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de https://twitter.com/EU_TTIP_team

EU TTIP Team [EU_TTIP_team]. (2014, Março 27). HAVE YOUR SAY! Public consultation on investment protection/#ISDS in #TTIP is now online. http://trade.ec.europa.eu/consultations/index.cfm?consul_id=179 ... [Tweet]. Retirado a 6 de Março de 2016 de https://twitter.com/EU_TTIP_team/status/449150835864633344

EU TTIP Team [EU_TTIP_team]. (2015, Outubro 10). If you're on the streets today, find out about what's really in #TTIP by visiting this <http://bit.ly/18TXII5> [Tweet]. Retirado a 7 de Março de 2016 de https://twitter.com/EU_TTIP_team/status/652781624879255552

EU TTIP Team [EU_TTIP_team]. (2014, Novembro 25). New transparency initiative in #TTIP by @MalmstromEU http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-2131_en.htm ... press conf at 16.30. [Tweet]. Retirado a 19 de Janeiro de 2016 de https://twitter.com/EU_TTIP_team/status/537239422157475840

EU TTIP Team [EU_TTIP_team]. (2015, Setembro 16). We're proposing a new Investment Court System for #TTIP & other #EUtrade deals: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1364> ... Top features: [Tweet]. Retirado a 8 de Março de 2016 de https://twitter.com/EU_TTIP_team/status/644110990242639873

European Commission [EU_Commission]. (2015, Novembro 12). EU finalises proposal for #investment protection & Court System for #TTIP: <http://europa.eu/!Dk93xr> [Tweet]. Retirado a 7 de Março de 2016 de https://twitter.com/EU_Commission/status/664763385268019202

3.2. Redes Sociais: Conta Twitter STOP TTIP

STOP TTIP [eci_ttip]. (n. d.). Tweets [conta Twitter]. Retirado a 21 de Dezembro de 2015 de https://twitter.com/eci_ttip

STOP TTIP [eci_ttip]. (2015, Outubro 10). Berlin anti-#TTIP trade deal protest attracts hundreds of thousands [Tweet]. Retirado a 11 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/zMjDZu>

STOP TTIP [eci_ttip]. (2015, Outubro 6). Join the Stop #TTIP ECI action in Brussels tomorrow & bring your friends, too! Details here: <http://on.fb.me/1jylaUb> [Tweet]. Retirado a 23 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/hvWZVH>

STOP TTIP [eci_ttip]. (2015, Novembro 17). @MartinSchulz delivering speech @EU_EESC "I was handed 3.2 mio. signatures against #TTIP. 3.2.mio - that's a lot!" [Tweet]. Retirado a 31 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/4BwgwG>

STOP TTIP [eci_ttip]. (2014, Julho 15). Please support tomorrow's Twitter Storm against #TTIP & #CETA! More information: <http://ttip2014.eu/event/event/twitter%20storm%20TTIP.html> ...-> Hashtag #KickOutTTIP [Tweet]. Retirado a 23 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/e9wKGf>

STOP TTIP [eci_ttip]. (2015, Outubro 10). Spain El Mundo reporting about Berlin's #ttipdemo #stopttip [Tweet]. Retirado a 11 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/XUqM8E>

STOP TTIP [eci_ttip]. (2015, Novembro 9). Today @MartinSchulz, president of the EP, was handed the 3.284.289 signatures collected during the Stop #TTIP ECI! [Tweet]. Retirado a 31 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/AYuudF>

STOP TTIP [eci_ttip]. (2015, Setembro 10). 30 days to EU citizens taking the streets to say STOP #TTIP #CETA #TiSA. Join! <http://www.trade4people.org> #trade4people [Tweet]. Retirado a 8 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/YB6bEP>

3.3. Redes Sociais: Página de Facebook STOP TTIP

STOP TTIP. (n. d.). Timeline [página de Facebook]. Retirado a 21 de Dezembro de 2015 de <https://www.facebook.com/eci.ttip>

STOP TTIP. (2015, Novembro 9). Earlier today we handed Martin Schulz, president of the European Parliament, the 3,284,289 signatures collected during the stop #TTIP ECI. [publicação de Facebook]. Retirado a 31 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/jn4awx>

STOP TTIP. (2015, Setembro 9). Handing over of the STOP TTIP ECI signatures - Join us! [página de evento de Facebook]. Retirado a 30 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/zgRRLx>

STOP TTIP. (2015, Outubro 10). Huge march against #TTIP in Berlin today, with an estimated 250.000 participants. In other cities people also took to the streets to protest TTIP, with 10.000+ in Amsterdam, 3.000 in Munich, 2.000 in Brussels and hundreds of people in cities like Paris, Madrid and Helsinki saying #NOtoTTIP. The resistance in Europe is growing! #StopTTIP [publicação de Facebook]. Retirado a 8 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/VXfmxF>

STOP TTIP (2015, Setembro 15). Stop TTIP – the countdown is on [página de evento de Facebook]. Retirado a 11 de Janeiro de 2016 de <https://www.facebook.com/events/410387309172498/>

STOP TTIP (2015, Outubro 7). Watch the action unfold as activists today handed over 3,263,920 signatures against TTIP and CETA to the European Commission. Here some impressions: [publicação de Facebook]. Retirada a 31 e Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/pkGtmn>

STOP TTIP. (2015, Outubro 10). Today's Berlin #ttipdemo in 60 sec's: Thank you Campact! [publicação de Facebook]. Retirado a 11 de Fevereiro de 2015 de <https://goo.gl/zKeOp0>

STOP TTIP. (2015, Outubro 9). TOMORROW marks the start of the #Trade4People International Days of Action (...). [publicação de Facebook] Retirado a 23 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/zgRRLx>

STOP TTIP. (2015, Setembro 10). 30 days from today start the International Days of Action against #TTIP#CETA #TiSA & #ox15 ! [publicação de Facebook]. Retirado a 11 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/aoBkEM>

3.4. Redes Sociais: Conteúdos Vários

Não ao TTIP [NaoAoTTIP]. (n. d.). Tweets [conta Twitter]. Retirado a 5 de Janeiro de 2016 de <https://twitter.com/NaoAoTTIP>

O que esconde o TTIP? (n. d.). Timeline [página de Facebook]. Retirado a 6 de Janeiro de 2016 de <https://www.facebook.com/naottip>

STOP TTIP (2015, Outubro 7). Campaign Action Brussels [ficheiros de imagem]. Retirado a 31 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/aW6Mig>

STOP TTIP. (2015, Outubro 9). Stop TTIP signature hand-over action in Brussels, 7 Oct 2015 [ficheiro em vídeo]. Retirado a 8 de Março de 2016 de <https://goo.gl/rn4xyQ>

STOP TTIP (2015, Novembro 11). Stop TTIP signature handover to EP president Martin Schulz, Berlin, 9 Nov. 2015 [ficheiro em vídeo]. Retirado a 31 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/Cs4SnY>

STOP TTIP (2015, Outubro 12). We've ttip-ed the scales: signatures handover in Brussels. Retirado a 6 de Março de 2016 de <https://goo.gl/0S14Js>

STOP TTTIP (2015, Setembro 9). Stop TTIP hands 3,284,289 signatures to Martin Schulz [ficheiros de imagem]. Retirado a 31 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/VFxpGP7>

TTIP & CETA Stoppen! (n. d.) Canal de YouTube. Retirado a 11 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/vap1Uc>

TTIP & CETA stoppen [TTIP_Demo] (n. d.) Tweets [conta Twitter]. Retirado a 7 de Fevereiro de 2016 de https://twitter.com/TTIP_Demo

TTIP und CETA stoppen (n. d.). Timeline [página de Facebook]. Retirado a 7 de Fevereiro de 2016 de <https://www.facebook.com/ttipdemo>

TTIP und CETA stoppen (2015, Outubro 10). Auf gehts: #TTIP und #CETA stoppen! #StopTTIP -Demo ist nun auf die Route gestartet! #TTIPdemo [publicação de Facebook]. Retirado a 12 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/TIL3n5>

TTIP und CETA stoppen (n. d.). TTIP & CETA stoppen! Für einen gerechten Welthandel! [página de evento de Facebook]. Retirado a 8 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/Du71sI>

TTIP und CETA stoppen (2015, Outubro 10). 250.000 auf der #TTIP -Demo: Das war richtig groß! Vielen Dank an alle, die teilgenommen haben! Hier kommen bewegte Bilder eines bewegten Tages! Gemeinsam stoppen wir #TTIP & #CETA! [publicação de Facebook]. Retirado a 12 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/clTxpZ>

4. Conteúdos Noticiosos

Bautz, C. & Hass, J. (2015, Dezembro 1). Aufklärung über TTIP. *Zeit online*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/gLCf3E>

Beitzer, H. (2015, Outubro 10). Alle gegen TTIP. *Süddeutsche Zeitung*. Retirado a 9 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/PauJrg>

Birnbaum, M. (2013, Maio 17) At trade talks, U.S., E.U. ready for fight on genetically modified crops. *The Washington Post*. Retirado a 23 de Dezembro de 2016 de <https://goo.gl/WIHRcU>

Brandenburg, H. (2015, Janeiro 16). TTIP: Diálogo entre parceiros. *Económico*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/SO4zhZ>

Cain, S. (2015, Fevereiro 18). Guardian Live: What is TTIP and how does it affect us?. *The Guardian*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/RyLXu2>

Calderwood, I. (2015, Outubro 11). 'No to TTIP!' 150,000 protesters fill streets of Berlin to demonstrate against controversial Europe-US trade deal that would give corporations the right to sue governments in secret courts. *The Daily Mail online*. Retirado a 9 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/zx6H3i>

Cartas aos leitores (2014, Outubro 29). Plataforma Não ao TTIP reage ao artigo "Portugal: o caminho mais curto entre os EUA e a Europa" (deputada Francisca Almeida). *Expresso*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/UdlQ0d>

D'Alancon F. (2014, Março 27). Barack Obama réaffirme l'importance du lien transatlantique. *La Croix*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/Lu91YU>

Dancer, M. (2014, Julho 17). Une initiative européenne contre le traité transatlantique. *La Croix*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/mYH3qx>

Die Zeit (2015, Outubro 10). TTIP bringt Rekordzahl von Gegnern auf die Straße. *Zeit online*. Retirado a 16 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/01E6tG>

Económico (2014, Dezembro 5). Um milhão assina petição contra acordo UE-EUA. *Económico*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/oRc5n0>

Falcão, C. (2014, Julho 31). Acordo de comércio livre com EUA pode trazer aumento de 0,66% do PIB e milhares de novos empregos a Portugal. *Observador*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/GVJQZY>

Falcão, C. (2014, Maio 21). Comércio livre com os EUA ameaça tomate, mas é oportunidade para a pêra rocha. *Observador*. Retirado a 28 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/V9Fs2O>

Falcão, C. (2015, Outubro 10). Mais de 100 manifestações em todo o Mundo para travar o acordo de livre comércio entre UE e EUA. *Observador*. Retirado a 23 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/SmM47a>

Falcão, C. (2015, Outubro 10). Mais de três milhões assinam petição contra TTIP em toda a Europa. *Observador*. Retirado a 1 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/u8rO6j>

Falcão, C. (2015, Abril 11). Comércio mundial. O que vai mudar entre os EUA e a Europa?. *Observador*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/v7eCUC>

Falcão, C. (2015, Abril 11). Qual é o interesse do TTIP para Portugal?. *Observador*. Retirado a 12 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/8JYwLE>

Falcão, C. (2014, Julho 31). Têxtil e calçado portugueses podem crescer 18% com acordo de comércio livre com os EUA. *Observador*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/9rzD5L>

Fernandes, J. P. T. (2016, Janeiro 1). Vendendo ilusões: a União Europeia e o acordo de Parceria Transatlântica. *Público*. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/uhw2rT>

Freedland, J. (2015, Outubro 9). EU referendum: the next big populist wave could sweep Britain out of Europe. *The Guardian*. Retirado a 10 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/KTuQUY>

Gammelín, C. (2013, Junho 14). EU einigt sich auf Verhandlungen mit USA. *Süddeutsche Zeitung*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/09rk6t>

Greive, M. (2015, Outubro 10). "Wo wart Ihr damals, als es gegen TTIP ging?". *Die Welt*. Retirado a 9 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/dvs72V>

Guimarães, M. J., (2014, Dezembro 22). A longa travessia das iniciativas de cidadania europeias. Retirado a 8 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/W7q4Ox>

Huet, E. (2015, Outubro 5). Anti-TTIP : 3 millions de signatures. *L'avenir*. Retirado a 10 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/pNVT5g>

Hurst, D. (2015, Dezembro 18) Australia wins international legal battle with Philip Morris over plain packaging. *The Guardian*. Retirado a 4 de Março de 2016 de <http://goo.gl/QmtwHN>

Jeffries, S. (2015, Agosto 3). What is TTIP and why should we be angry about it?. *The Guardian*. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/FZBsMM>

Johnston, C. (2015, Outubro 10). Berlin anti-TTIP trade deal protest attracts hundreds of thousands. *The Guardian*. Retirado a 9 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/oTKmHd>

Kanter, J. & Ewing, J. (2013, Fevereiro 13). A Running Start for a U.S.-Europe Trade Pact. *The New York Times*. Retirado a 22 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/sX9bWX>

Kanter, J. (2013, Outubro 10). European Trade Chief Proposes Trans-Atlantic Working Group. *The New York Times*. Retirado a 22 de Dezembro de 2016 de <http://goo.gl/DCTcTH>

Labrincha, J. (2015, Outubro 13). A fé cega nos Tratados Transatlântico e Transpacífico. *P3*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/LIFHBX>

Le Figaro & Reuters (2015, Outubro 10). Berlin: défilé monstre contre l'accord UE-USA. *Le Figaro*. Retirado a 9 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/cNOs5m>

Le Figaro & Reuters (2015, Outubro 10). TTIP: manifestation à Berlin pour protester. *Le Figaro*. Retirado a 9 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/vO8ZoJ>

Le Monde & AFP (2015, Outubro 10). A Berlin, des milliers de manifestants protestent contre le projet d'accord de libre-échange. *Le Monde*. Retirado a 9 de Fevereiro de 2016 de <http://goo.gl/0Y2qrt>

Lusa (2015, Junho 8). Dois milhões de europeus já assinaram petição contra acordo comercial com EUA. *Diário de Notícias*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/4sUqVY>

Lusa (2015, Junho 8). Dois milhões de europeus já assinaram petição contra acordo comercial com EUA. *Observador*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/9uUoLH>

Lusa (2015, Junho 8). Dois milhões de europeus já assinaram petição contra acordo comercial com EUA. *Público*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/M1XL4u>

Lusa (2013, Julho 8). Negociações para acordo de comércio livre começam hoje. *Diário de Notícias*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/OpgG2o>

McDonald-Gibson, C. (2013, Novembro 16). Charlotte McDonald-Gibson: Good for business or bad for democracy? The new US-EU free-trade talks are raising concerns. *The Independent*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/W0NSVs>

Meireles, L. (2015, Março 27). Portugal, um vencedor na Parceria Transatlântica de Comércio e Investimento. *Expresso*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/YpBlGL>

Moody, G. (2015, Outubro 15). Fallout from EU-US Safe Harbor ruling will be dramatic and far-reaching. *Arstechnica*. Retirado a 4 de Março de 2016 de <http://goo.gl/1yM5VC>

Pena, P. (2014, Outubro 29). Governo português enfrenta Alemanha e Comissão Europeia em defesa de acordo transatlântico. *Público*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/wIWhfl>

Público (2015, Outubro 10). Centenas de milhares desfilaram em Berlim contra acordo de comércio livre EUA/UE. *Público*. Retirado a 9 de Fevereiro de 2016 de <https://goo.gl/2JmiUP>

Sheffield, H. (2015, Junho 10). TTIP vote postponed as European Parliament descends into panic over trade deal. *The Independent*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/aYQDZL>

Silva, A. R. (2015, Maio 15). Indústria do tomate diz que acordo com os EUA fará desaparecer metade do sector. *Público*. Retirado a 29 de Dezembro de 2015 de <https://goo.gl/DRem9j>

Silva, N. M. (2015, Julho 13). EUA e União Europeia iniciam 10ª ronda de negociações para acordo de comércio. *Económico*. Retirado a 23 de Dezembro de 2015 de <http://goo.gl/6zUP3U>

Vaudano, M. (2015, Outubro 6). Trois millions de signatures contre le traité transatlantique Tafta/TTIP. *Le Mond blogs*. Retirado a 10 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/HkMKJS>

Wettach, S. (2014, Julho 19). TTIP-Gegner legen EU-Kommission lahm. *Wirtschafts Woche*. Retirado a 7 de Janeiro de 2014 de <http://goo.gl/FXfhXF>

Williams, L. (2015, Outubro 5). TTIP: Three million people sign petition to scrap controversial trade deal. *The Independent*. Retirado a 10 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/O9Cvi6>

Williams, L. (2015, Julho 10). You won't know this, but a very important TTIP vote happened in Europe this week. *The Independent*. Retirado a 4 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/BDslkd>

Wimalasena, J. (2015, Junho 25). Wie man eine Revolution anzettelt. *Zeit online*. Retirado a 3 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/5dtmmH>

Zalan, E. (2015, Outubro 7). 'Stop TTIP' activists hand EU 3mn signatures. *Euobserver*. Retirado a 28 de Janeiro de 2016 de <https://goo.gl/iKeovZ>

5. Conteúdos Vários

Clicktivism [Def. 1]. *In Collins Dictionary*. Retirado a 12 de Janeiro de 2016 de <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/clicktivism>

Europe versus Facebook (n. d.). Europe versus Facebook. Retirado a 9 de Março de 2016 de <http://www.europe-v-facebook.org/EN/en.html>

Hashtag [Def. 1]. *in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha]*, retirado a 30 de Março de 2016 de <https://www.priberam.pt/DLPO/hashtag>

Juncker, J.C. (2014). *In Conferência Pôr a Europa em movimento*. Retirado a 5 de Março de 2016 de <http://goo.gl/T7pRpT>

Malmström, C. (2015, Dezembro, 3). *In Conference Trade Debates - Liberal Voices Needed*. Retirado a 5 de Março de 2016 de http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/december/tradoc_154013.pdf

Schulz, M. (2015, Novembro 17). *In TTIP - What's in it for the Social Partners ? Conference*. Retirado a 31 de Janeiro de 2016 de <http://goo.gl/TbKr4y>

Slacktivism [Def 1]. *In Collins Dictionary*. Retirado a 12 de Janeiro de 2016 de <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/slacktivism>

APÊNDICE A : A Entrega Simbólica da ECI

1. Entrega Simbólica da ECI

A entrega simbólica da ECI, realizada a 7 de Outubro de 2015, em Bruxelas, trata-se do culminar da recolha de assinaturas e dos esforços realizados pela Iniciativa ao longo de um ano. Nesta acção participaram os membros da campanha ECI e ainda activistas de diversos países da UE, resultando no total aproximado de uma centena de pessoas. Tendo decorrido em Bruxelas, a acção desenrolou-se num primeiro momento na rotunda Schuman, e posteriormente junto à sede da Comissão, onde as assinaturas foram simbolicamente entregues a um responsável da CE.

1.1. Entrega Simbólica: a comunicação por parte da Iniciativa

A seguinte análise incidirá sobre as comunicações feitas através das plataformas *online* da responsabilidade da Iniciativa e debruçar-se-á sobre três momentos distintos: a comunicação antes da entrega; a comunicação durante a entrega; e a comunicação após a entrega das assinaturas.

A comunicação que antecedeu a entrega da ECI centrou-se na angariação de assinaturas, contudo poderão destacar-se elementos de divulgação do evento. Um convite para participar na acção de 7 de Outubro é feito na véspera, através da conta Twitter, lendo-se, “Junte-se à acção da ECI STOP TTIP amanhã em Bruxelas e traga também os seus amigos”(ECI, 2015)¹⁶². O *tweet* remete ainda para uma página de evento no Facebook¹⁶³, onde são providenciadas informações relativamente ao local e hora onde decorrerá a acção – note-se que a página para o evento foi criada em meados de Setembro, contemplando assim um período mais alargado para a sua divulgação.

Ambas as acções poderão ser consideradas como esforços de mobilização apoiados nas NTIC e na base de “seguidores” que a Iniciativa conseguiu construir ao longo de um ano de campanha, potenciando assim a difusão do evento a realizar-se.

Contrariamente ao que seria esperado, a ECI não partilhou o sucedido na entrega em tempo real, não fazendo assim uso de uma das principais vantagens das NTIC, a

¹⁶² Tweet disponível no endereço: <https://goo.gl/hvWZVH>

¹⁶³ Consulte-se o endereço: <https://goo.gl/Nv6cvo>

imediatividade na partilha de informações – factor que possibilita até àqueles que se encontrem mais distantes o acompanhamento preciso dos acontecimentos.

Os materiais relativos ao acontecimento foram apenas divulgados *a posteriori*, depois de sujeitos a selecção e tratamento. A preferência pela partilha de material cuidado a nível imagético e textual poderá ser entendida como uma escolha estratégica, já que estes elementos farão parte da construção da narrativa elaborada pela Iniciativa.

Assim, no mesmo dia e após a manifestação pública, os materiais começaram a marcar presença nas plataformas da ECI. As contas Twitter¹⁶⁴ e Facebook¹⁶⁵ partilharam alguns dos momentos da acção, reencaminhando os utilizadores para uma outra rede social, o Flickr, que passou a contemplar um álbum de fotografias dedicado à acção¹⁶⁶. A propósito do evento, no mesmo dia foram ainda divulgados um *press release*¹⁶⁷ e uma *newsletter*¹⁶⁸ – também eles difundidos pelas redes sociais. Dias depois foi publicado no canal de YouTube da ECI um vídeo que resumiu o acontecimento dinamizado pelo grupo¹⁶⁹, tendo ainda sido publicada uma nova entrada no *blog* da Iniciativa¹⁷⁰.

Analisando os conteúdos partilhados pela ECI, interessa ao presente estudo destacar uma característica específica da manifestação de 7 de Outubro de 2015, nomeadamente o recurso ao humor. O foco desta manifestação tratou-se de uma balança gigante, sendo que esta pendia inicialmente para o lado de um prato com uma caricatura do presidente Juncker rodeado de sacos de dinheiro – símbolo dos interesses empresariais. À medida que a manifestação foi prosseguindo, diversas pessoas colocaram resmas de assinaturas no prato oposto, até que a dado momento o peso do segundo prato conseguiu inverter a situação original, algo a que a ECI se refere como “*we’ve TTIP-ed the scales*” – um trocadilho que bebe necessariamente do inglês, já que remete para a expressão “*to tip the scales*”, querendo perpassar a ideia de contrabalançar algo.

¹⁶⁴ *Tweets* realizados a 7 de Outubro pela ECI disponíveis no endereço: <https://goo.gl/Fuobcx>

¹⁶⁵ Post sobre a entrega de assinaturas disponível no endereço: <https://goo.gl/pkGtmn>

¹⁶⁶ Álbum disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/aW6Mig>

¹⁶⁷ *Press release* disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/1N1NAJ>

¹⁶⁸ *Newsletter* disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/Xp7TOl>

¹⁶⁹ Vídeo disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/rn4xyQ>

¹⁷⁰ Entrada do blog disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/0S14Js>

Neste caso, a retórica simbólica da ECI refere-se ao contrabalançar das decisões dos negociadores do TTIP com a vontade e opinião cidadãos – podendo esta ser vista como uma forma de expressão da opinião pública.

Como tem vindo a ser referido, a presença nas diversas plataformas *online* permitiu à ECI partilhar o evento ocorrido com um público mais vasto, acomodando os diferentes conteúdos produzidos nas plataformas correspondentes e resultando numa cobertura mais abrangente do sucedido.

1.2 A resposta da Comissão Europeia

Partindo do descrito na entrada do *blog* da ECI¹⁷¹, o primeiro tipo de resposta por parte da CE à entrega simbólica deu-se até mesmo antes do próprio evento.

Segundo a Iniciativa, “Pelo menos quatro semanas antes do evento a equipa de campanha da ECI STOP TTIP entrou em contacto com a Comissão Europeia, solicitando ao presidente Juncker ou vice-presidente Timmermans para que aceitassem as assinaturas. (...) na noite antes da acção, a Comissão comunicou que nenhum deles poderia estar presente” (ECI, 2015)¹⁷².

Em alternativa, a CE permitiria a deslocação de no máximo 4 activistas à sua sede, para que as assinaturas pudessem ser entregues. Crê-se que esta foi uma tentativa de a Comissão manter o controlo do acontecimento, procurando deslocá-lo para o interior das suas instalações. Contudo, a Iniciativa rejeitou as condições propostas pela Comissão, tendo deslocado a manifestação até à entrada principal da sede da Comissão.

A este ponto, a persistência dos manifestantes junto das instalações “forçou” um novo contacto entre as partes. Bernd Martenczuk – um membro do gabinete de Timmermans, responsável pelo Comércio – foi o representante destacado para a recepção da ECI, sendo que, dirigindo-se aos manifestantes, referiu: “Gostaria de dizer que o Vice-Presidente sempre afirmou que atribui grande importância ao debate político sobre o TTIP, que é de facto ilustrado pela vossa iniciativa e pelas assinaturas que reuniu”. Note-se que na afirmação enunciada por Martenczuk, se pode destacar a valorização do diálogo e debate por parte das instâncias oficiais, porém não se verificam

¹⁷¹ Consulte-se o endereço: <https://goo.gl/0S14Js>

¹⁷² Consulte-se o endereço: <https://goo.gl/0S14Js>

reflexos concretos dessa valorização, já que não é feita referência a uma possível análise ou revisão da iniciativa em causa.

A recusa ao convite de comparência por parte dos membros da Comissão na entrega simbólica – e tendo sido comunicada a resposta definitiva apenas horas antes da acção – colocou a CE numa perspectiva de fechamento, não conferindo a devida importância à acção programada e, em última instância, à opinião dos signatários. Uma posição deste tipo contrasta significativamente com a política de abertura, diálogo e disponibilidade que é advogada pela CE, e que tem vindo a ser apresentada ao longo da investigação.

Nas redes sociais, a Comissão preferiu manter o silêncio. Em nenhuma das contas Twitter da responsabilidade da equipa TTIP ou dos membros da CE – desde Juncker a Malmström – foi feita qualquer referência ao sucedido.

Crê-se que a não comunicação do acontecimento se trata uma decisão estratégica, não criando visibilidade que possa implicar inconveniência à Comissão. Há que referir ainda que este período corresponde à “crise de refugiados” que assola o continente europeu – um *issue* que se apoderou das agendas política e mediática – sendo que grande parte das comunicações da CE neste período incidem sobre esta questão.

É ainda importante mencionar que a 9 de Novembro de 2015 foi realizada uma nova entrega simbólica de assinaturas. Desta vez em Berlim, e com a presença do presidente do Parlamento Europeu, Martin Schulz – o objectivo de múltiplas entregas será o de interpelar as diversas instâncias responsáveis pela tomada de decisão relativa ao TTIP¹⁷³.

A lógica comunicacional desta acção assemelhou-se àquela da primeira entrega simbólica – tanto na divulgação anterior, como na partilha de conteúdo posterior¹⁷⁴. Contudo, dada a presença do interlocutor convidado, há que destacar a sua intervenção, constituindo-se esta como uma forma de resposta por parte dos órgãos oficiais.

Assim, dirigindo-se aos manifestantes, Schulz comprometeu-se a tomar dois tipos de acção – como descrito na *newsletter* da ECI sobre o assunto: “Em primeiro

¹⁷³ A ECI justifica a decisão de realizar várias entregas no seguinte endereço: <http://goo.gl/fxgKyQ>

¹⁷⁴ Vídeo da entrega simbólica a Schulz disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/Cs4SnY> / Publicação de Facebook disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/jn4awx> / Álbum Flickr disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/VFxpGP7> / *Tweet* disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/AYuudF>

lugar, quer pedir pessoalmente ao Comité da Petição do Parlamento Europeu para avaliar se à ECI Stop TTIP será concedida uma audição pública no Parlamento Europeu. Em segundo lugar, referiu-se ao acordo CETA entre a UE e o Canadá na sua forma actual como problemático e convidou a Comissão Europeia a iniciar renegociações com o novo governo do Canadá”.

Dias após o sucedido, num discurso ao Comité Europeu Económico e Social¹⁷⁵ Schulz referiu que havia recebido “(...) 3,2 milhões de assinaturas de cidadãos preocupados, insistindo que as negociações deveriam ser interrompidas.” (Schulz, 2015)¹⁷⁶. Este poderá ser visto como um primeiro sinal de reconhecimento do trabalho da ECI, porém, até ao momento não se verificaram desenvolvimentos sobre o prometido por Schulz.

¹⁷⁵ Consulte-se o seguinte endereço: <https://goo.gl/4BwgwG>

¹⁷⁶ O discurso encontra-se disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/TbKr4y>

APÊNDICE B : As Manifestações de 10 de Outubro de 2015

1. *International Days of Action*: As Manifestações de 10 de Outubro

*International Days of Action*¹⁷⁷ trata-se da denominação utilizada para definir a semana de 10 a 17 de Outubro de 2015, em que diversas acções de activismo ocorreram simultaneamente em distintos pontos do globo. Segundo um *website* dedicado ao evento¹⁷⁸ o objectivo foi o de “(...) enviar um sinal claro contra quatro acordos de comércio e investimento [TTIP, TiSA, CETA e TPP¹⁷⁹] que ameaçam os nossos direitos democráticos, soberania alimentar, emprego e ambiente”¹⁸⁰.

A iniciativa responsável pelo *website* intitula-se “*Trade 4 People*” e tem como objectivo fundamental a defesa do comércio que tenha como beneficiárias as pessoas e não as corporações. O propósito da plataforma reside na coordenação das actividades da semana da acção, que através de um planisfério interactivo e editável aglutina as diferentes acções, permitindo difundi-las junto daqueles que delas poderão estar mais próximos. Este trata-se de um primeiro exemplo da complementaridade entre o *online* e *offline*, já que o *website* procura dar visibilidade ao que se passa no mundo *offline*, pretendendo influenciar esse mesmo plano de realidade, impulsionando as manifestações em preparação.

De entre estas acções a presente análise irá incidir estritamente sobre aquela intitulada “Grande Demonstração Nacional STOP TTIP & CETA”¹⁸¹, que esteve na origem da manifestação de 10 de Outubro, realizada em Berlim.

1.1. STOP TTIP CETA DEMO

O principal responsável pela organização e dinamização da acção “Grande Demonstração Nacional STOP TTIP & CETA” tratou-se de uma aliança europeia intitulada STOP TTIP CETA DEMO (DEMO). Colaboraram com esta iniciativa alianças, sindicatos, partidos e diversas organizações¹⁸². De entre as quais se destaca a ECI STOP TTIP, mas também nomes sonantes como ATTAC, WWF, Campact! e Greenpeace, sendo que a lista ultrapassa a centena de entidades apoiantes.

¹⁷⁷ Ou no português, Dias Internacionais para a Acção

¹⁷⁸ Consulte-se o endereço: <https://www.trade4people.org/>

¹⁷⁹ *Trans-Pacific Partnership*, ou no português, Tratado Transpacífico.

¹⁸⁰ Consulte-se o endereço: <https://www.trade4people.org/>

¹⁸¹ Página do evento disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/miOAe6>

¹⁸² Lista das entidades associadas disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/8SA2Wr>

No contexto *online* destaca-se o *website* da própria aliança¹⁸³ que, como seria de esperar, opera concomitantemente com uma página de Facebook intitulada *TTIP und CETA stoppen*¹⁸⁴ e ainda com uma conta Twitter intitulada *TTIP & CETA stoppen!*¹⁸⁵. Crê-se que estas três plataformas *online* se trataram das principais responsáveis pela mobilização verificada a 10 de Outubro.

1.2. Berlim: 10 de Outubro de 2016

A manifestação teve início pelas 10 h de 10 de Outubro de 2015, na Praça Washington. Pelas 11 horas deu-se início à marcha, passando esta por pontos emblemáticos da capital alemã, terminando junto da Coluna da Vitória. Em ambos os pontos foi dada a palavra a um conjunto de representantes das organizações apoiantes da causa – sendo que entre eles de encontrava Michael Efler, o representante oficial da ECI.

Destaca-se novamente o recurso à sátira e ao humor, desta vez através da representação dos interesses corporativos como lobos¹⁸⁶ ou tubarões¹⁸⁷. O recurso a uma linguagem metafórica e de espectacularização, serve um dos propósitos da manifestação, a obtenção de visibilidade e ressonância nas esferas pública e mediática.

Segundo a organização do evento, o número de participantes aproximou-se das 250,000 pessoas, algo inédito no que respeita à matéria em questão (as forças policiais apresentaram uma estimativa de 100,000 participantes). Para além dos milhares reunidos em Berlim, cidades como Amesterdão, Munique e Bruxelas contaram também com manifestações de semelhante natureza, ainda que em menor escala¹⁸⁸.

Note-se, porém, que este tipo de mobilização é distinto daquele associado, por exemplo, à assinatura *online* de uma petição. Esta mobilização implica necessariamente a participação *in situ* na acção *offline*, apresentando-se como algo de maior exigência do que um simples clique a partir de uma qualquer localização.

Contudo, se o evento pode ter sido considerado um sucesso em termos da sua capacidade de mobilização de participação cívica, bem como em termos da sua

¹⁸³ Consulte-se o endereço: <http://ttip-demo.de/home/>

¹⁸⁴ Página de Facebook disponível no seguinte endereço: <https://www.facebook.com/ttipdemo>

¹⁸⁵ Conta Twitter disponível no seguinte endereço: https://twitter.com/TTIP_Demo

¹⁸⁶ Imagem disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/g12ngz>

¹⁸⁷ Imagem disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/JPS7rA>

¹⁸⁸ Fonte de informações: <https://goo.gl/VXfmxF>

repercussão mediática, o seu sucesso no que respeita aos efeitos junto das instâncias governamentais trata-se de uma questão distinta.

1.3. A Comunicação Relativa às Manifestações de 10 de Outubro

Em primeiro lugar é importante referir que a DEMO deve ser entendida como uma máquina activista, composta por uma série de organizações e iniciativas independentes. Assim, dada a sua natureza heterogénea, a DEMO pôde usufruir de uma rede comunicacional ampliada. Ou seja, comunicando segundo uma lógica de rede tornou-se possível exacerbar a difusão de mensagens pelos diversos públicos das organizações que compõem a DEMO, já que a cada organização corresponderá um público específico, que é interpelado por canais distintos.

Reconhecendo a existência e importância de diversas formas de difusão de informação e mobilização, a seguinte análise incidirá sobre a actividade dos *websites* e redes sociais da responsabilidade da DEMO, bem como da ECI Stop TTIP.

A comunicação que antecedeu as manifestações teve como objectivo informar e consequentemente mobilizar potenciais participantes. Neste sentido, o *website* da DEMO ofereceu extensas informações sobre o acontecimento – porém, apenas em alemão – como por exemplo, a apresentação do projecto e razões que lhe subjazem, o fornecimento de elementos de divulgação como panfletos, cartazes e *banners*, e ainda, o programa¹⁸⁹ do evento e as possíveis formas de participação.

Em complementaridade, as contas Twitter e Facebook – criadas a Junho de 2015, contando com uma janela de 4 meses para realizar o devido trabalho de divulgação e mobilização – revelam um padrão de actividade frequente, com actualizações e trocas regulares de mensagens desde o seu início. A natureza dos conteúdos partilhados nas duas plataformas é similar, centrando-se na divulgação da marcha a realizar, mas partilhando também acções de divulgação pontuais e outros desenvolvimentos relevantes relativamente ao TTIP. Por fim, salienta-se a criação de uma página de evento de Facebook¹⁹⁰, de modo a promover a marcha de 10 de Outubro.

Por sua vez, a 9 de Outubro, a página de Facebook Stop TTIP fez menção ao início dos *International Days of Action*, e em particular à acção que decorreria em

¹⁸⁹ Programa do evento disponível no seguinte endereço: <http://ttip-demo.de/ablauf/>

¹⁹⁰ Página de evento disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/Du71sI>

Berlim no dia seguinte¹⁹¹, convidando à participação. Um mês antes do evento, foi também feita referência à aproximação desta semana em ambas as contas Twitter¹⁹² e Facebook¹⁹³. Porém, a divulgação do acontecimento não se tratou de uma prioridade para ECI, muito pela sua coincidência com o término e entrega das assinaturas.

Chegado o dia da manifestação, tanto a DEMO como a ECI privilegiaram a comunicação do acontecimento em tempo-real, tirando proveito da instantaneidade oferecida pelas redes sociais.

Deste modo, a DEMO serviu-se das suas contas Twitter e Facebook para publicar em tempo real os desenvolvimentos da marcha¹⁹⁴, partilhando diversas imagens sobre os momentos mais marcantes. O relato foi feito desde os primeiros momentos anunciando “Aqui vamos nós!”¹⁹⁵, até ao término da manifestação, com os devidos agradecimentos aos participantes e apoiantes¹⁹⁶. Consubstanciando ainda mais a noção de comunicação em tempo real, destaca-se o *live streaming* do acontecimento¹⁹⁷.

Por sua vez, a conta Twitter *eci_tt看* adoptou uma estratégia semelhante¹⁹⁸. Porém, no que respeita à página de Facebook da ECI, não se verificaram comunicações simultâneas à manifestação.

Este tipo de comunicação imediata e crua permite difundir a informação de forma autónoma, sem tratamento e selecção mediática de antemão. Apesar de o reportar dos eventos passar em primeiro lugar pelos próprios organizadores enquanto difusores de mensagens, a presença nos media tradicionais não deixa de ser um objectivo basilar.

Após as manifestações surgiram inúmeros materiais e compilações sobre os acontecimentos de 10 de Outubro. Muitos desses materiais foram então partilhados ao longo do tempo através da página de Facebook da DEMO, o que se prolongou até Novembro, distendendo o eco da acção. Por sua vez, a conta Twitter da DEMO também partilhou alguns materiais multimedia já tratados, porém não de forma tão intensa como a página de Facebook. As partilhas realizadas na conta Twitter resumiram-se essencialmente a vídeos que condensam os acontecimentos, e que por sua vez remetem

¹⁹¹ Publicação disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/zgRRLx>

¹⁹² *Tweet* disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/YB6bEP>

¹⁹³ Publicação disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/aoBkEM>

¹⁹⁴ Actividade da TTIP_Demo de 10/10/15 disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/ddj4ck>

¹⁹⁵ Publicação disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/TIL3n5>

¹⁹⁶ Publicação disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/clTxpZ>

¹⁹⁷ *LiveStream* do evento disponível no seguinte endereço: <http://livestream.com/muxxtv/ttipdemo>

¹⁹⁸ Actividade da *eci_tt看* de 10/10/15 disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/QrBZ1w>

para a conta YouTube TTIP-DEMO 10. Oktober 2015¹⁹⁹. Em complementaridade destaca-se o álbum criado na rede social Flickr²⁰⁰.

O próprio *website* da DEMO passou a figurar – e figura ainda actualmente - os resultados da manifestação, desde imagens e vídeos, a citações dos envolvidos.

Por fim, destaca-se o comunicado de imprensa²⁰¹ difundido pela aliança após a manifestação. Um aspecto a destacar trata-se do facto de o documento se apresentar em inglês e não em alemão, à semelhança dos restantes materiais de comunicação. Crê-se que a razão subjacente a esta escolha diz respeito ao interesse por uma ampla partilha ao longo do continente europeu e não estritamente na Alemanha.

Por sua vez, a ECI fez igualmente uma partilha dos materiais de 10 de Outubro, sendo que parte dessa partilha foi realizada no próprio dia, na sua página de Facebook²⁰². Nos dias que se seguiram à manifestação, foi ainda efectuada a partilha de um vídeo de resumo dos eventos²⁰³. Já a conta Twitter eci_ttip centrou-se na partilha de conteúdos noticiosos sobre a questão, divulgando artigos desde a publicação *The Guardian*²⁰⁴ ao jornal espanhol *El Mundo*²⁰⁵.

1.4. A resposta da Comissão Europeia

Considera-se como resposta, ainda que de forma indirecta, a actividade da conta EU_TTIP_team na data de 10 de Outubro²⁰⁶ de 2015. No dia em questão foi possível verificar um acréscimo na actividade da conta, tendo sido partilhados materiais relacionados com os benefícios do Tratado e os mitos que lhe são associados, com a divulgação do novo ISDS e ainda com as diversas alternativas de comunicação da opinião pública à Comissão. As publicações realizadas foram consequentemente um ponto de partida para a troca de mensagens entre a equipa e utilizadores que decidiram interpelá-la.

¹⁹⁹ Canal de YouTube disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/vap1Uc>

²⁰⁰ Álbum completo disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/mZXYhN>

²⁰¹ Comunicado de imprensa disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/oJvuxW>

²⁰² Publicação disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/VXfmxF>

²⁰³ Publicação disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/zKeOp0>

²⁰⁴ *Tweet* disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/zMjDZu>

²⁰⁵ *Tweet* disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/XUqM8E>

²⁰⁶ Actividade da conta EU_TTIP_Team de 10/10/15 disponível no endereço: <https://goo.gl/Xg5DIG>

De entre os numerosos *tweets* efectuados no sábado em questão, destaca-se aquele que se refere directamente aos acontecimentos, enunciando “Se está nas ruas hoje, descubra o que está realmente patente no TTIP (...)” (EU TTIP Team, 2015)²⁰⁷, seguindo-se uma hiperligação remetente para o *website* oficial do Tratado.

As manifestações de 10 de Outubro são – no máximo – referidas a propósito do “intenso debate” em torno do Tratado, tal como o fez Malmström, enunciando: “(...) é impossível negar que existe um grande debate sobre o comércio em toda a União Europeia. (...) Temos vistos dezenas de milhares de pessoas nas ruas para protestar contra as negociações a propósito (...) da Parceria Transatlântica para o comércio e Investimento com os Estado Unidos” (Malmström, 2015, pp. 1-2)²⁰⁸.

1.5. O Contexto Português: Expressão da Manifestação de 10 de Outubro

Um dos objectivos dos *International Days of Action* foi a coordenação de manifestações em diversos países, sendo assim relevante destacar a sua ressonância em Portugal. A Plataforma Não ao TTIP desempenhou um papel crucial no que diz respeito à participação portuguesa neste movimento à escala europeia. Através de esforços de divulgação no seu *website*²⁰⁹ e respectivas redes sociais, foi realizada uma concentração no Rossio, em Lisboa.

Numa publicação realizada na Plataforma é referido “No passado sábado pelas 17:00, no Rossio (Lisboa) algumas centenas de cidadãos reuniram-se para cumprirem a sua parte na acção europeia que estava acertada, à escala europeia, para esse dia” (Plataforma Não ao TTIP, 2015)²¹⁰. A acção revelou-se de pequena escala, assumindo-se muito mais como acção de divulgação, ao invés de uma acção de protesto. Esta questão torna-se no reflexo da disparidade entre a presença do tema na esfera pública portuguesa e, por exemplo, na esfera pública alemã.

²⁰⁷ *Tweet* disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/UVsYYP>

²⁰⁸ Discurso completo disponível no seguinte endereço: <http://goo.gl/AqwYZx>

²⁰⁹ Convocatória disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/kEhJBm>

²¹⁰ Publicação disponível no seguinte endereço: <https://goo.gl/UhKxJD>

APÊNDICE C: Levantamentos Noticiosos

De seguida serão apresentados levantamentos noticiosos correspondentes a diversos momentos e temáticas considerados relevantes para o estudo em questão. Antes de mais, torna-se essencial referir que o levantamento que se segue não se trata de uma análise do conteúdo produzido, tendo meramente em vista providenciar alguns exemplos ilustrativos do tratamento das temáticas em grandes jornais europeus, mais especificamente no que respeita às suas edições *online*. Os diversos levantamentos englobam ambas as perspectivas internacional e nacional.

Assim, num primeiro momento será apresentada a cobertura noticiosa no que respeita ao Tratado Transatlântico, seguindo-se a cobertura da Iniciativa de Cidadania Europeia – incluindo-se aqui referências à Plataforma Portuguesa Não ao TTIP no âmbito nacional. Por fim, foi realizado um levantamento de dois momentos emblemáticos associados à ECI, mas propriamente a entrega simbólica de assinaturas e as manifestações de 10 de Outubro.

1. Parceria Transatlântica para o comércio e Investimento

1.1. Levantamento noticioso de âmbito internacional

Dado que grande parte do desenrolar das negociações decorre em Bruxelas, considerou-se pertinente destacar entidades noticiosas belgas. A título de exemplo poderá referir-se *Het Laatste Nieuws*, entidade que acompanhou o desenvolvimento dos acontecimentos desde o seu início e que conta com artigos como “De Gucht quer convencer o público de acordo comercial com os EUA”. Poderá igualmente referir-se o *De Morgen*, publicação que tem feito uma extensa cobertura dos desenvolvimentos do caso²¹¹, datando as peças sobre a questão desde Julho de 2013, data correspondente ao início das negociações.

Seguindo a lógica negocial, é a vez dos media norte-americanos. A título de exemplo refere-se o *The New York Times*, que desde cedo iniciou a sua cobertura sobre o caso, com peças com substancial nível de detalhe. Tome-se como exemplo os artigos,

²¹¹ Consulte-se a lista de publicações sobre o caso no seguinte endereço: <http://goo.gl/LFcdg1>

“Um Início rápido para o pacto comercial EUA-Europa”²¹², ou “Chefe de Comércio Europeu Propõe grupo de trabalho Transatlântico”²¹³.

Um outro caso a referir será o *The Washington Post*, uma outra entidade mediática que tem vindo a realizar uma extensa cobertura sobre o caso desde o seu início, como o reflecte o artigo de Maio de 2013 “Em negociações comerciais, EUA e UE prontos para lutar sobre as culturas geneticamente modificadas”²¹⁴.

Retornando ao contexto europeu, *The Guardian* é o exemplo de um canal mediático cuja cobertura ao caso TTIP é consideravelmente aprofundada desde o princípio das negociações, dedicando-lhe até uma secção do seu *website*²¹⁵. Neste caso, destacam-se cabeçalhos como “O que é o TTIP e como é que nos afecta?”²¹⁶.

Ainda no contexto britânico, e assumindo uma postura crítica, destaca-se a cobertura realizada pelo *The Independent*, com artigos como “Charlotte McDonald-Gibson: bom para os negócios ou mau para a democracia? As novas negociações de livre-comércio entre EUA e UE levantam preocupações”²¹⁷, ou ainda “Votação sobre o TTIP adiada à medida que o Parlamento Europeu entra em pânico sobre tratado comercial”²¹⁸.

No caso francês, publicações desde *La Croix* a *Le Figaro* garantem a cobertura mediática do caso, com manchetes como “Barack Obama reafirma a importância da ligação transatlântica”²¹⁹, ou “Acordo comercial UE-EUA bombardeado pelo Congresso Americano”²²⁰, respectivamente.

No que respeita a publicações alemãs destacam-se *Die Zeit* ou *Süddeutsche Zeitung*, com artigos como “Educação sobre o TTIP”²²¹ e “UE concorda em negociar com os Estados Unidos”²²², respectivamente.

²¹² Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/sX9bWX>

²¹³ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/DCTcTH>

²¹⁴ Artigo disponível no endereço: <https://goo.gl/WIHRcU>

²¹⁵ Artigo disponível no endereço: <http://www.theguardian.com/business/ttip>

²¹⁶ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/RyLXu2>

²¹⁷ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/W0NSVs>

²¹⁸ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/aYQDZL>

²¹⁹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/Lu91YU>

²²⁰ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/xsQ0EU>

²²¹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/gLCf3E>

²²² Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/09rk6t>

1.2. Levantamento noticioso de âmbito nacional

Passando a uma análise a nível Nacional, foram objecto de estudo entidades noticiosas como o *Público*, *Expresso*, *Diário de Notícias*, *Observador* e *Diário Económico*.

O *Diário de Notícias* acompanhou desde o início os desenvolvimentos relativamente à parceria Transatlântica, tendo publicado uma peça sobre o começo das negociações, anunciando, “Negociações para acordo de comércio livre começam hoje”²²³. O *DN* foi acompanhando o desenvolvimento dos acontecimentos e contempla também alguns artigos de opinião em referência ao Tratado.

Por sua vez, o *Expresso* não é das publicações que mais se destaque pela cobertura do caso TTIP, contudo apesar do reduzido número de peças, pode referir-se o cabeçalho “Portugal, um vencedor na Parceria Transatlântica de Comércio e Investimento”²²⁴, uma peça que reflecte o possível impacto do Tratado no país.

O *Público* reúne um conjunto substancial de peças sobre o caso TTIP, dentre elas destacam-se artigos que remetem para a conexão do Tratado com a realidade portuguesa, como é disso exemplo, “Governo português enfrenta Alemanha e Comissão Europeia em defesa de acordo transatlântico”²²⁵. O *website* do jornal disponibiliza também um conjunto de artigos de opinião que se debruçam sobre o Tratado.

No caso do *Observador*, este atribui uma secção ao Tratado Transatlântico²²⁶. Neste âmbito figuram artigos que remetem para o seu impacto em Portugal, como “Acordo de comércio livre com EUA pode trazer aumento de 0,66% do PIB e milhares de novos empregos a Portugal”²²⁷ ou “Têxtil e calçado portugueses podem crescer 18% com acordo de comércio livre com os EUA”²²⁸.

Dada a sua natureza mais orientada para o sector económico pode destacar-se a cobertura do *Diário Económico*, que apesar de não contar com um número substancial de peças sobre a questão, permite destacar artigos como “EUA e União Europeia

²²³ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/OpgG2o>

²²⁴ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/YpBlGL>

²²⁵ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/wIWhfl>

²²⁶ Artigo disponível no endereço: <http://observador.pt/topico/ttip/>

²²⁷ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/GVJQZY>

²²⁸ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/9rzD5L>

iniciam 10^a ronda de negociações para acordo de comércio”²²⁹, ou, “TTIP: Diálogo entre Parceiros”²³⁰.

Em conclusão, verdade é que existiu cobertura mediática sobre o caso no contexto português, contudo pode afirmar-se que o assunto não verificou grande expressão na agenda mediática.

2. Iniciativa de Cidadania Europeia

2.1. Levantamento noticioso de âmbito internacional

O objetivo do levantamento que se segue será o de aferir a presença da ECI na agenda mediática ainda numa fase inicial, momento em que não haviam ainda sido verificadas manifestações públicas de maior dimensão.

Em primeiro lugar destaca-se o órgão mediático *De Morgen*, publicação belga, que a 4 de Maio de 2015 publica a peça “Protesto contra o acordo de comércio europeu com os EUA”²³¹ - o artigo elucida o leitor acerca dos participantes neste protesto e sobre as razões da sua oposição.

Seguidamente destaca-se *The Guardian*, que acompanhou a ECI nos seus primeiros momentos, como por exemplo, na rejeição do registo da Iniciativa. A este propósito destaca-se a peça “O que é o TTIP e por que devemos estar zangados com isso”²³², referindo que “(...) a campanha tem uma petição com 2.3 milhões de assinaturas (...)”.

Por sua vez, *The Independent* apresenta também referência à ECI, por exemplo, num artigo como “Não saberá isto, mas ocorreu esta semana um voto muito importante sobre o TTIP”²³³, artigo que data de dois dias após a resolução do PE relativamente ao Tratado, onde é referido “Uma Iniciativa de Cidadania Europeia conta actualmente com mais de 2,300,000 assinaturas, um número que deveria ter desencadeado uma resposta por parte da Comissão (...)”.

²²⁹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/6zUP3U>

²³⁰ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/SO4zhZ>

²³¹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/mmJSWZ>

²³² Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/FZBsMM>

²³³ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/BDslkd>

No contexto francófono destaca-se o artigo “Uma iniciativa europeia contra o Tratado Transatlântico”²³⁴, que figura na publicação *online La Croix*. O artigo em questão data de 17 de Julho de 2014, dias após o registo da ECI, procurando fornecer detalhes sobre este mecanismo participativo, referindo que, “Foi apresentada uma iniciativa de cidadania à Comissão, em Bruxelas, que deverá primeiro ser considerada admissível, antes da recolha de assinaturas”.

Por sua vez, e sobre esta última questão, *Le Figaro*, figurou também uma peça intitulada “Um milhão de assinaturas contra o Tratado de livre comércio Estados Unidos – Europa”²³⁵.

Por fim, no que respeita aos media alemães, destaca-se *Die Zeit* com peças como “STOP TTIP recolhe mais de dois milhões de assinaturas”²³⁶ ou “Como instigar uma Revolução”²³⁷ – peça que dá a conhecer a Iniciativa, visitando a sua sede em Berlim.

2.2. Levantamento noticioso de âmbito nacional

Em primeiro lugar destaca-se o *Observador*, que numa secção dedicada exclusivamente à explicação do Tratado Transatlântico, abarca a existência das duas plataformas em questão (ECI e Plataforma Não ao TTIP). Assim, anunciado o cerne da sua actividade, o veículo mediático contactou a organização referindo: “Ao Observador, a STOP TTIP disse que este acordo “ameaça a democracia” e faz com que o poder sobre a decisão de políticas públicas passe dos governos para as grandes empresas.”²³⁸. As referências às iniciativas da sociedade civil continuam a ser enumeradas, sendo que a dado momento é feita menção à Plataforma Portuguesa: “Em Portugal há também uma plataforma anti-TTIP, a Não ao TTIP, que considera que muitos aspectos do acordo estão a ser utilizados “para impulsionar uma desregulamentação” e garantias de investimento acrescidas.”²³⁹. Note-se, contudo, que em ambos os casos não são feitas referências a porta-vozes de ambas as entidades.

A publicação conta ainda com um artigo que incide especificamente sobre a petição dinamizada pela ECI, intitulado “Dois milhões de europeus já assinaram petição

²³⁴ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/mYH3qx>

²³⁵ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/5l5pU4>

²³⁶ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/vXViqQ>

²³⁷ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/5dtmmH>

²³⁸ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/v7eCUC>

²³⁹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/v7eCUC>

contra acordo comercial com os EUA”²⁴⁰, tendo este artigo sido publicado durante a recolha de assinaturas, referindo-se ao ponto de situação: “A Plataforma conseguiu, até agora, o dobro das assinaturas e dos Estados-Membro que seriam necessários para levar avante uma Iniciativa Cidadã na União Europeia”.

Por sua vez, o *Expresso* faz referência directa à Plataforma Não ao TTIP, a propósito da resposta da mesma a um artigo da deputada Francisca Almeida, publicado no *Expresso online*.²⁴¹

Já o *Público* refere-se à ECI através de um artigo de opinião de José Pedro Teixeira Fernandes²⁴² e ainda através de um artigo intitulado “Dois milhões de europeus já assinaram petição contra acordo comercial com EUA”²⁴³ – artigos iguais figuram no *Público* e no *Observador*. Destaca-se ainda um artigo com um nível de detalhe elevado, intitulado “A longa travessia das iniciativas de cidadania europeias”²⁴⁴, que incide sobre um historial deste tipo de iniciativa, fazendo assim referência à ECI *STOP TTIP* e ao caso controverso da recusa do seu registo. Em referência directa à Plataforma portuguesa, destaca-se a crónica de João Labrincha, no *P3*, intitulada “A fé cega nos Tratados Transatlântico e Transpácífico”²⁴⁵

Por sua vez, no *Diário de Notícias* figura também o artigo “Dois milhões de europeus já assinaram petição contra acordo comercial com EUA”²⁴⁶.

Por fim, o *Diário Económico* faz também algumas referências à Plataforma *STOP TTIP*, em duas peças em específico, numa delas refere “A plataforma *STOP TTIP*, por exemplo, conseguiu já reunir dois milhões de assinaturas para tentar travar o acordo (...)”²⁴⁷. Por sua vez, a segunda refere “Mais de um milhão de pessoas já assinaram a petição ‘Stop TTIP’, uma tentativa de travar o acordo de livre comércio transatlântico”²⁴⁸.

Tendo em conta o supramencionado há que referir que a maioria das referências são feitas à aliança europeia e não à plataforma portuguesa.

²⁴⁰ Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/9uUoLH>

²⁴¹ Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/UdlQ0d>

²⁴² Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/uhw2rT>

²⁴³ Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/M1XL4u>

²⁴⁴ Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/W7q4Ox>

²⁴⁵ Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/LIFHBX>

²⁴⁶ Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/4sUqVY>

²⁴⁷ Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/jIjdWH>

²⁴⁸ Consulte-se o endereço: <http://goo.gl/oRc5n0>

3. Entrega Simbólica da ECI

3.1. Levantamento noticioso de âmbito internacional

Dado que a acção ocorreu em Bruxelas, poderá destacar-se o artigo da entidade noticiosa *L'Avenir*, intitulado “Anti-TTIP: 3 milhões de assinaturas”²⁴⁹, que anuncia o evento a realizar-se a 7 de Outubro.

Por sua vez, *The Independent* conta com um artigo intitulado “TTIP: três milhões de pessoas assinam petição para lutar contra o controverso acordo comercial”²⁵⁰. Já *The Guardian*, apesar de não contar com qualquer artigo estritamente dedicado à questão, figura um artigo que, datando de 9 de Outubro de 2015, inclui imagens do protesto em Bruxelas²⁵¹.

No que respeita a publicações de língua francesa, poderão destacar-se artigos como “Três milhões de assinaturas contra o acordo de livre comércio”²⁵², no *Tribune de Genève*, ou ainda, a cobertura da questão feita pelo *Le Monde*, figurando um artigo que se insere no *MBlog* intitulado “Três milhões de assinaturas conta o TTIP”²⁵³, sublinhando o facto de esta se tratar de uma encenação simbólica.

Por fim, no contexto alemão destaca-se a publicação *Süddeutsche Zeitung*, com um artigo de 7 de Outubro, intitulado “Três milhões de assinaturas contra o TTIP”²⁵⁴.

Há que referir que apesar da presente análise se debruçar sobre os media tradicionais e a sua presença *online*, é possível verificar a difusão do acontecimento em canais mediáticos alternativos como é o caso do *euobserver* – sendo que o artigo intitulado “Activistas Stop TTIP entregam à UE três milhões de assinaturas”²⁵⁵ mereceu destaque por parte da conta *eci_ttip*.

Note-se que a ECI se referiu à presença dos media na entrega de assinaturas como tendo sido “um bom comparecimento dos media”²⁵⁶, acrescentando ainda que, “O evento contou com a presença de muitos membros da imprensa”²⁵⁷.

²⁴⁹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/pNVT5g>

²⁵⁰ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/O9Cvi6>

²⁵¹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/KTuQUY>

²⁵² Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/HnseN3>

²⁵³ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/HkMKJS>

²⁵⁴ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/fcwW5l>

²⁵⁵ Artigo disponível no endereço: <https://goo.gl/iKeovZ>

²⁵⁶ Como referido na entrada do blog disponível no endereço: <https://goo.gl/0S14Js>

²⁵⁷ Como referido na *newsletter* disponível no endereço: <http://goo.gl/Xp7TOl>

3.2. Levantamento noticioso de âmbito nacional

No contexto nacional, e partindo das publicações que têm vindo a ser referidas, destaca-se o *online Observador*, que figurou um artigo intitulado “Mais de três milhões assinam petição contra TTIP em toda a Europa”²⁵⁸, note-se porém que o artigo foi redigido ainda antes da entrega de assinaturas, anunciando o acontecimento a decorrer nesse mesmo dia – 7 de Outubro de 2015.

As restantes publicações que têm vindo a ser mencionadas não abordaram o acontecimento em concreto, apesar de pontualmente mencionarem a petição em artigos relativos ao TTIP.

4. *International Days of Action* – Manifestações de 10 de Outubro

4.1. Levantamento noticioso de âmbito internacional

A manifestação de 10 de Outubro foi o momento de oposição ao Tratado Transatlântico que mais destaque mediático conseguiu obter, precisamente pela dimensão e espectacularização que lhe esteve associada.

Iniciar-se-á a presente análise com referências aos media alemães, já que a acção decorreu em Berlim. Deste modo, artigos como “TTIP traz número recorde de adversários à rua”²⁵⁹ – da autoria do *Die Zeit* – são exemplo da cobertura do sucedido em território alemão. Destaca-se igualmente o elevado número de peças publicadas sobre a manifestação pelo *Süddeutsche Zeitung*, tal como é o caso de “Todos contra o TTIP”²⁶⁰. Outros órgãos noticiosos como *Bild* e *Die Welt* publicaram, respectivamente, peças como “Manifestação TTIP em Berlim: 250 000 pessoas que protestaram”²⁶¹, ou, “Onde é que estava naquele momento, como foi o protesto conta o TTIP?”²⁶².

Apesar de muitos temas relacionados com a oposição europeia ao TTIP não estarem presentes na agenda mediática dos Estados Unidos (o correspondente das negociações), o protesto de Berlim contraria esta tendência. Assim, torna-se possível

²⁵⁸ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/u8rO6j>

²⁵⁹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/01E6tG>

²⁶⁰ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/PauJrg>

²⁶¹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/eITR6r>

²⁶² Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/dvs72V>

referir artigos como, “Milhares fazem manifestação na Alemanha contra o acordo comercial UE-EUA”²⁶³, publicado no *The Washington Post*.

Por sua vez, o *The New York Times* realizou igualmente uma cobertura dos acontecimentos, tendo inclusive publicado um vídeo intitulado “Centenas de milhares protestam em Berlim contra o acordo comercial UE-EUA”²⁶⁴.

No que respeita a veículos mediáticos britânicos, poderá destacar-se *The Guardian*, com o artigo “Protesto de Berlim Anti-TTIP atrai centenas de milhares”²⁶⁵, que não só dá conta do sucedido a 10 de Outubro, mas contextualiza o acontecimento num crescente quadro de oposição europeia.

No contexto britânico é de referir ainda o artigo “Não ao TTIP! 150.000 manifestantes enchem as ruas de Berlim para protestar contra acordo comercial controverso entre Europa e EUA, que daria às corporações o direito de processar governos em tribunais secretos”²⁶⁶. Este artigo foi publicado pelo *The Daily Mail* e contempla um aprofundamento contextual de ambos os argumentos a favor e contra o Tratado, figurando também um acervo significativo de imagens ilustrativas da manifestação.

Por fim, relativamente ao contexto francês destaca-se artigos como “Em Berlim, milhares de manifestantes protestam contra o acordo de livre-comércio”²⁶⁷, publicado pelo *Le Monde*. Ou ainda, a cobertura realizada por parte de *Le Figaro*, adiantando peças como “Berlim: Desfile monstruoso contra o acordo UE-EUA”²⁶⁸, ou “TTIP: manifestação de protesto em Berlim”²⁶⁹.

4.2. Levantamento noticioso de âmbito nacional

Do grupo de jornais com presença *online* que tem vindo a ser referido, apenas o *Público* e o *Observador* publicaram artigos relacionados com as manifestações realizadas a 10 de Outubro.

²⁶³ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/jjfx95>

²⁶⁴ Vídeo disponível no endereço: <http://goo.gl/cdwC3U>

²⁶⁵ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/oTKmHd>

²⁶⁶ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/zx6H3i>

²⁶⁷ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/0Y2qrt>

²⁶⁸ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/cNOs5m>

²⁶⁹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/vO8ZoJ>

Relativamente ao *Público* é de referir a peça “Centenas de milhares desfilaram em Berlim contra acordo de comércio livre EUA/UE”²⁷⁰, descrevendo o sucedido na manifestação, ainda que de forma não muito aprofundada.

Por sua vez, o *Observador* contribui para a cobertura do evento com o artigo “Mais de 100 manifestações em todo o Mundo para travar o acordo de livre comércio entre UE e EUA”²⁷¹. O artigo antecipa as manifestações que ocorreram a 10 de Outubro, contando com um pormenor particularmente interessante, uma referência à manifestação a ser levada a cabo no Rossio nesse mesmo sábado.

A ausência generalizada de um acontecimento com uma tão grande projecção da agenda mediática nacional reflecte a sua (quase) inexistência enquanto assunto de debate na esfera pública portuguesa.

²⁷⁰ Artigo disponível no endereço: <https://goo.gl/2JmiUP>

²⁷¹ Artigo disponível no endereço: <http://goo.gl/SmM47a>

APÊNDICE D: Plataforma Não ao TTIP – A expressão da ECI em Portugal

Apesar da reduzida expressão do Tratado Transatlântico nas esferas política e mediática portuguesas (como é possível concluir a partir do ponto 1.2 do apêndice 3) é possível salientar a acção de uma organização que fomenta o diálogo sobre a questão junto da esfera pública portuguesa, organizando pontualmente manifestações, conversas e debates. Fala-se aqui da Plataforma Não ao TTIP, um grupo nacional que integra a aliança europeia, divulgando a sua acção em território português.

A acção desempenhada a nível nacional por parte da Plataforma deve ser entendida com uma extensão da Iniciativa Europeia. Os esforços da Plataforma portuguesa revelaram-se particularmente significativos no diz respeito à recolha de assinaturas no âmbito da Iniciativa e ao consequente alcance do quórum estabelecido para Portugal.

De modo a analisar o papel das NTIC no que respeita à actividade da Plataforma, há que destacar que o seu principal meio de comunicação se trata do *website* oficial²⁷² que, à semelhança da plataforma europeia, se encontra articulado com dois tipos de redes sociais, o Facebook²⁷³ e Twitter²⁷⁴. Seguir-se-á uma análise das três plataformas.

1.1. Análise do *website* da Plataforma Não ao TTIP²⁷⁵

Sendo a crítica ao TTIP o objectivo central da Plataforma, o seu *website* trata-se de um instrumento que, à semelhança do que se passa com a aliança europeia, procura promover uma comunicação regular sobre a questão, partilhando notícias e novos desenvolvimentos sobre o processo do TTIP.

O *website* é constituído por cinco secções distintas, sendo estas categorizadas segundo as seguintes denominações: “Tudo sobre o TTIP”; “A Plataforma”; “Participar”; “Eventos”; e “Contacto”.

Sendo a denominação das duas últimas secções bastante autoexplicativa, importa aprofundar o conteúdo associado às primeiras secções. Deste modo, na secção

²⁷² Consulte-se o endereço: <https://www.nao-ao-ttip.pt/>

²⁷³ Consulte-se o endereço: <https://www.facebook.com/naottip>

²⁷⁴ Consulte-se o endereço: <https://twitter.com/NaoAoTTIP>

²⁷⁵ *Website* da Plataforma Não ao TTIP disponível no seguinte endereço: <http://nao-ao-ttip.pt>

“Tudo Sobre o TTIP” o utilizador poderá encontrar informações relativas às especificações do Tratado; o seu impacto; notícias associadas à questão; e ainda a opinião dos partidos políticos portugueses relativamente ao TTIP, bem como a sua inclusão nos programas eleitorais das eleições legislativas de 2015. Por sua vez, na secção “Plataforma” são apresentadas as acções que esta dinamiza, bem como o manifesto de sua autoria. Por fim, a secção “Participar” dá conta das diversas modalidades participativas associadas à acção da Plataforma, desde a assinatura da petição, ao contacto com os eurodeputados portugueses, e ainda à colaboração com a difusão de informações associadas à questão.

A *home page* da Plataforma dá conta da existência destas cinco secções no cabeçalho, seguindo-se de três elementos em destaque: um atalho para o Manifesto, um outro para a assinatura da petição, e ainda um terceiro que divulga a possibilidade de fazer um donativo de cariz financeiro. As notícias e os perigos do Tratado são dois outros elementos de destaque nesta página inicial. Por fim, é apresentada uma lista dos eventos mais recentes, tal como uma enumeração das entidades que apoiam a Plataforma, sendo feita nova referência aos contactos.

Assim, tendo presentes os componentes que constituem o *website*, poderá afirmar-se que os principais objectivos da página serão o de informar os visitantes relativamente ao Tratado e assuntos que se lhe encontram associados e – no seguimento da partilha de informação – assumir um papel mobilizador, facultando ferramentas para que os visitantes possam participar nas actividades dinamizadas e apoiadas pela Plataforma.

Apesar de a página não possibilitar um fórum para a discussão, assumindo-se maioritariamente como um médium informativo, esta dimensão interactiva e dialógica vê-se realizada pelas duas contas das redes sociais Twitter e Facebook, às quais o utilizador poderá aceder através de hiperligações presentes na *homepage*.

Por fim, no que respeita à linguagem, há que referir que, ao tratar-se de uma plataforma portuguesa dirigida ao contexto português, a página é apresentada unicamente no idioma nacional. Aliás, a apresentação de toda a informação em português é uma preocupação da Plataforma, já que muitas vezes são publicadas traduções de conteúdos originalmente difundidos noutros idiomas.

A linguagem utilizada reflecte o uso de termos correntes, mesmo ao tratar de questões com alguma complexidade técnica do ponto de vista económico-financeiro. Sendo um dos principais objectivos da Plataforma a informação e educação dos utilizadores, é assim importante que a informação apresentada seja de fácil compreensão e assimilação.

1.2. Análise da conta Twitter “Não Ao TTIP”

A conta Twitter da responsabilidade da Plataforma intitula-se @NaoAoTTIP e deu início à sua actividade a 12 de Outubro de 2014 – cinco dias após o início da recolha de assinaturas por parte da ECI. Actualmente contabiliza um total de 111 seguidores, tendo realizado 546 *tweets* desde o início da sua actividade²⁷⁶. Poderá justificar-se o relativamente baixo número de seguidores com o facto de o Twitter não se tratar de uma rede social com reconhecida popularidade no contexto português – e há que ter presente o facto de este não se tratar de um tópico de relevo para a esfera pública portuguesa.

Por consequência desta questão, a conta não assume um carácter dialógico, já que não se verificam frequentes comentários ou partilhas no que respeita aos *tweets* da Plataforma. Contrariamente, reflecte uma dinâmica maioritariamente publicística e mesmo apesar de não se verificar significativa interacção com o público, é mantido um ritmo de publicações bastante frequentes.

O conteúdo das publicações debruça-se principalmente sobre informações associadas ao Tratado, eventos dinamizados pela Plataforma e na partilha de notícias, *blogs* e sites que incidam sobre a questão. A maioria das publicações é acompanhada por imagens que ilustram a temática apresentada.

Tendo em conta a natureza da rede social, a linguagem mantém-se simples e directa, sendo feito recurso a abreviaturas e a hiperligações para páginas que posteriormente aprofundam o tema anunciado. O idioma utilizado é o português, à excepção de quando são partilhados *tweets* da autoria de outras contas, que poderão figurar idiomas distintos.

²⁷⁶ Última consulta a 06.03.16 às 15:40h

1.3. Análise da conta Facebook “O que esconde o TTIP?”

A conta iniciou a sua actividade a 12 de Abril de 2014, data que antecipou até a criação da página de Facebook da iniciativa europeia. Esta data corresponde, aliás, ao mês da formação do comité de cidadãos da ECI STOP TTIP. Actualmente conta com um total de 4632 seguidores²⁷⁷.

Os conteúdos publicados pela página remetem para informações relativas aos desenvolvimentos do Tratado; actividades e eventos dinamizados pela Plataforma; notícias e artigos provenientes de um acervo de *websites* e *blogues* internacionais; incluindo ainda hiperligações para o *website* da organização.

Estes conteúdos são partilhados com frequência quase diária, o que se revela uma preocupação da Plataforma desde o início de actividade da conta.

Por sua vez, a linguagem reflecte o recurso a termos correntes e o idioma usado para interpelar os seguidores é o português. Porém, há que destacar a presença de outros idiomas, como o inglês, francês e espanhol, aquando da partilha de notícias, *websites* e *blogs* internacionais – sendo que a ligação a outras páginas é uma característica preponderante da página em análise.

Um outro aspecto a destacar relativamente à página de Facebook da Plataforma diz respeito ao destaque atribuído aos eventos que se irão realizar, bem como a chamada de atenção para a assinatura da petição (no cabeçalho) e a possibilidade de efectuar um donativo (também presente no cabeçalho).

No que respeita à capacidade de fomento de diálogo e interacção entre os responsáveis pela página e os demais utilizadores, há que referir que se registam alguns comentários e partilhas às publicações realizadas pela Plataforma, porém nada comparável à Iniciativa europeia. A razão associada a esta questão remete para factores já identificados, como o relativamente baixo número de seguidores ou o desinteresse da sociedade em geral em relação à temática. Não obstante, a Plataforma não deixa de fomentar o diálogo – já que é verificada interacção entre utilizadores e a organização – e de fomentar igualmente a partilha e difusão de informação – o que pode ser verificado através do número de partilhas das publicações. Todavia, apresenta-se mais como uma página que segue uma lógica mais publicística que dialógica.

²⁷⁷ Última consulta a 06.03.16 às 16:20h

APÊNDICE E : Questões | Plataforma Não ao TTIP

Observação: Não foram efectuadas quaisquer alterações ao documento enviado pela Plataforma Não ao TTIP, exceptuando aquelas necessárias à formatação do documento. Destacadas a negrito, encontram-se as respostas providenciadas pela Plataforma.

| QUESTÕES | PLATAFORMA NÃO AO TTIP

NOTA: lamentamos que estas questões não abordem o CETA, tratado de comércio internacional entre o Canadá e a UE, do qual não se ouve falar, apesar de estar prestes a ser ratificado pelo Parlamento Europeu. Será mais rápido ainda se a Comissão Europeia (CE) conseguir evitar que seja ratificado pelos Parlamentos Nacionais. Para entender melhor este assunto, sugerimos a leitura da carta dos canadianos aos europeus www.nao-ao-ttip.pt/o-canada-carta-do-canada-a-uniao-europeia

1. Plataforma Não ao TTIP.

- a) Quais os principais responsáveis pela criação e dinamização da Plataforma

Resposta: Somos um colectivo, todos responsáveis e dinamizadores.
(www.nao-ao-ttip.pt/manifesto)

- b) A criação da Plataforma está relacionada com a ICE[1] e a sua actividade?

- c) Quais os principais desafios associados à actividade da Plataforma?

Resposta: Proponho – Consultar www.nao-ao-ttip.pt/manifesto

2. Relação entre a Plataforma portuguesa Não ao TTIP e a ICE.

- a) Existe contacto regular entre as duas entidades?

- b) Como é estabelecido esse contacto? (ex.: quais os meios e os interlocutores envolvidos?)

Resposta: a. Sim ; b. Via email e presencial.

3. Tratamento mediático do caso TTIP em Portugal.

- a) Como descreveria, de um ponto de vista qualitativo e quantitativo, a cobertura mediática do Tratado Transatlântico em Portugal?

Esta questão refere-se à difusão de informações associadas às negociações e ao seu ponto de situação; ao possível impacto do Tratado a nível nacional; ou a informações relevantes provenientes da Comissão Europeia.

Resposta: Cobertura tendenciosa, enganosa e manipuladora. Nos diversos artigos publicados no site da Plataforma, poderá recolher mais informação (www.nao-ao-ttip.pt)

4. Plataforma Não ao TTIP e os media portugueses.

- a) A presença e representação da Plataforma nos media portugueses são relevantes para a sua actividade? Porquê?
- b) Qual a relação da Plataforma com os órgãos de comunicação social? O contacto surge por parte da Plataforma, ou – de forma inversa – por parte dos media que a contactam?
- c) Como descreveria, a nível qualitativo e quantitativo, os conteúdos noticiosos que incidem sobre a Plataforma Não ao TTIP?

Resposta: Que presença e que representação? Que relação podem ter as pessoas que fazem questão de exercer a cidadania com uma comunicação social totalmente dominada pelos interesses económico-financeiros e ao seu serviço?

5. O papel das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação.

- a) Considera que as tecnologias web (redes sociais e website) são fulcrais e/ou indispensáveis à acção da Plataforma Não ao TTIP? Porquê?

Resposta: Consultar www.facebook.com/naottip

- b) No caso português, e relativamente ao trabalho de recolha de assinaturas, considera que as tecnologias web – em particular as redes sociais – desempenharam um papel significativo?
- c) No caso português, comparando o número de assinaturas recolhidas online, com o número de assinaturas recolhidas presencialmente, qual destas representou a porção mais significativa?

Resposta: a. Sim ; b. Consultar – www.facebook.com/naottip

6. Novas Tecnologias versus Media tradicionais.

- a) A importância atribuída à presença nos media tradicionais e aquela atribuída à presença nas tecnologias web é semelhante? De um ponto de vista estratégico, a Plataforma dá prioridade a alguma das duas dimensões?

Resposta: Informação confidencial.

7. A Comissão Europeia.

- a) Qual o seu parecer relativamente à atitude/resposta da Comissão Europeia no que respeita às acções da Sociedade Civil de oposição ao TTIP?

Exemplos de acções: A entrega simbólica de assinaturas por parte da Iniciativa de Cidadania Europeia; As manifestações dos International Days of Action.

Resposta: Consultar stop-ttip.org/pt e www.nao-ao-ttip.pt

8. Sensibilidade da população portuguesa relativamente ao TTIP.

- a) Tendo em conta o contacto que os membros da Plataforma vão tendo com o público em geral, os portugueses têm conhecimento da existência das negociações do Tratado?

Resposta: Esse conhecimento está a aumentar e, já, nalguns casos a surpreender-nos. Não porque a comunicação social cumpra o seu papel, nem os governantes e muito menos a CE ou o PE. A informação está a espalhar-se.

- b) De modo geral, uma vez informados sobre o TTIP, que tipo de atitude demonstram os portugueses relativamente ao Tratado (positiva, negativa ou indiferença)?

Resposta: Na maioria revelam uma atitude negativa, incrédula, de revolta. Como se, de repente, entrassem no pesadelo cuja realidade pressentem

- c) De modo geral, uma vez informados sobre o Tratado, os portugueses acederam com facilidade à assinatura da petição?

Resposta: Tão facilmente que, pela primeira vez, em Portugal se conseguiu não só atingir como ultrapassar o quórum estabelecido, dentro do prazo estipulado.

- d) Quais as expectativas de uma alteração futura quanto à participação e interesse da população portuguesa pelo caso TTIP?

Resposta: Não praticamos futurismo, principalmente, quando os media deturpam, controlam, confundem e desinformam a população com menos recursos, e que será a mais lesada por estes tratados.

APÊNDICE F: Entrevista a Stephanie Roth

Entrevista com Stephanie Roth – Coordenadora de Campanha da ECI

[Após contextualização da Investigação em curso]

Jéssica Bruno (JB): I would like to start with the ECI's communication strategy. In a civil movement being talked about and being known is very important. You have Twitter, Facebook, your own website – and on the website you have a blog – you have YouTube and Flickr, all of these platforms and social media networks. How important are these kind of platforms? How do you invest in them? How important is it for Initiative in particular?

Stephanie Roth (SR): It's good that we talked because I'm responsible for social media for the STOP TTIP ECI. For us it is really amazing to see how we have grown. Because when we started the ECI and we started the Facebook, at the same time we organized the ECI and it was about getting all the documents to the Commission, etc, etc., and so for us at that time, social media was important in communicating news and this like that, but it was not something that was vital, because we had a lot of other things to do. But when we started with Facebook and Twitter, and tweeting along and just saw how big the interest was, when we looked at the reaction and the amount of people liking of Facebook and following us on Twitter, etc., etc. This, for us, was amazing.

Facebook and Twitter is something that I do a lot. It is something that I care about a lot. And I think about interesting contributions for our followers, our audience, and I look regularly at the intelligence that's behind Facebook, like where the people that like us are based, if they are male or female, where they come from, how old they are.

But I think that the most successful aspect about communicating that really helped us a lot to achieve success was the idea of communicating via pictures. Because when we communicate we often ask our graphic designer, or we think about

communication by adding a picture message. I think if I had to tell what is the secret behind the success, I would say that picture messages changed things dramatically. And I can understand why, when people are looking at their Facebook, or on their way home, or something like this, I will immediately stick to a picture, rather than to a text that's written in black on a white background.

This is something that's a lot of fun, the development of these pictures. For example, when a politician, or a celebrity has said something about TTIP or CETA that's funny, or kinky, or outrageous, or relevant, you take a picture of that person and put the quote in. And this is the way that we distribute it, rather than saying "Mme Malmström said that bla bla bla". I think that this is a tool for social media that has helped us a lot.

I need to explain that we have two different approaches with Twitter and with Facebook. On Twitter we basically distribute all the material that comes in on TTIP, maybe less the news that are coming from the Commission, because the Commission has its own communication channels and we aren't interested in communicating what the Commission, what these people are communicating. But otherwise we also defuse news from other NGO's, so anything that it's interesting or good from other NGO's – demonstrations, or call to actions – we have to defuse it, so we just retweet it, so that that information reaches a maximum amount of people. And that's very nice, to be able to retweet the communications from our partners from Poland, to Portugal, from England. This is one of the things that we do a lot via Twitter. And when we have something that we want to communicate, of course then we use picture messages.

On Twitter most people that follow us are people that are involved in the campaign in a way or another, most of the public, but also politicians and decision makers, we have a lot of MEP's that follow us on Twitter. So it's a very different audience than for example, the audience that we have on Facebook, which in it's main are individuals that are interested in following political processes and that are interested in the TTIP campaign.

On Facebook we distribute more material that is related, for example, if the New York Times writes an interesting article about TTIP and if that is of general interest, but we also share information of other NGO's that might interest the public. The point that I'm trying to make is that Facebook is much more geared towards the general public

while on Twitter we really distribute things for the public, but also for decision makers, etc. etc.

JB: Would you consider social media and web technologies to be the most important part in the signature gathering? The signature gathering involves an online gathering and an offline one. Which dimension would you consider to be the most relevant and that contributed the most to your signature gathering?

SR: I would say that 70% of the signatures were collected online and 30% were collected offline. Online is much more powerful than offline.

Social media was important, but what was it that helped collect so many signatures online? What it was, from my point of view, was that the STOP TTIP ECI is supported by over 600 NGOs from around Europe, and many of these NGOs are campaign organizations. You have 38 Degrees in England, or Campact in Germany. And these groups specialize in mobilizing people through email. Also through Facebook because they also have very strong social media communication, they have their communities, they are e-communities and some of them follow them on Facebook, some of them follow them on email.

But, for example, a lot of people, not young people, people who are 40 – 50 years old, for whom *internet* was something that they didn't have in their childhood. These are the kind of people that like to take decisions and get involved via email. They don't use Twitter and some of them only use Facebook. So especially people that are 50 years old and onwards, they are the ones who read much more via email than, for example, via Facebook or Twitter.

JB: This is very interesting. I had no idea that email was played such a big part in your communication strategy.

SR: What happened is that these web-based organizations wrote email alerts to their communities. And they did this regularly. This was not something that you do once in every four or five months. Whenever there was relevant news you used it to say,

“Hey come on, Barack Obama is again pushing for TTIP. Come on let’s send a message! Come on!” You have to imagine that this happened throughout Europe with several organizations contributing for this and several organizations doing these kinds of activities regularly. This is how the dynamics and the energy were able to be maintained. So we had a lot of help.

JB: We’ve talked about social media and now I would like to talk about the presence in traditional media, like newspapers or TV stations. Is it important for the ECI to have a presence in this kind of media?

SR: Yes, definitely, for two aspects. If you think about a campaign, and for a campaign to reach the amount of people that it needs to reach, the media still has a far larger outreach to the general public. For example, if I look at my Facebook page, I can see exactly how many people like me and although this is a high amount of people – an amount that I feel is good – you and I know that in Europe alone many more people live and if I want to reach out to these people, one of the most efficient ways to reach out to them is via mainstream media.

And so of course if the television in Portugal, or in England, or in France, or in Germany, or in anywhere else, is covering the TTIP and is also covering the opposition to TTIP and ideally is also talking about a petition that is collecting millions of signatures, this is really great to influence or to inform the general public. This is one aspect of it.

But on the other hand, these media outlets are also outlets that are followed by decision makers. So if decision makers see that TTIP is covered, and that the opposition to TTIP is covered and see that 3.3 million people have signed a petition asking to stop TTIP from all around Europe within one year, that makes it more difficult for decision makers to say that they love TTIP, because they want to be re-elected. And also because it makes politicians very weary that by mainstream media covering TTIP, that more and more people will learn about TTIP and more and more people will learn about these politicians’ support for TTIP and that makes them unpopular. And so, this is also a very good way of putting pressure on decision makers. Transparency and communication are

always good and we just need to look at the history of the contribution of the free press to political change, and this is the same case for TTIP.

JB: In Portugal, TTIP and the opposition to TTIP aren't very discussed subjects, neither on the media agenda nor on the political agenda. According to an overall European perspective, how would you qualify the media coverage of TTIP?

SR: I think that one of the reasons why TTIP in some countries is covered so little is because whenever people get to know what TTIP is about they immediately oppose it, and because politicians know that one of the ways to keep everybody quiet and to sedate the population is by getting as little information about TTIP out. That's a general thing.

What is interesting is that, I know from my Portuguese colleagues the situation in Portugal, perhaps you would know this much better, but this is also a sign of how the media is controlled in Portugal. Perhaps there is a very big business interest behind it and perhaps the business wants TTIP to become richer and perhaps the media in Portugal is controlled politically and those who control it politically they want TTIP, and I think you will be in a much better position to explain this.

But Portugal is not the only country where this has happened. What is interesting is that in other countries where this has happened is generally where democracy is still rather weak, so for example in countries like Poland or Romania. TTIP in the mainstream media was difficult to find and this, I think, for two reasons. First of all like we have just said, because these are countries where the media is controlled by large political and/or economic interests and that these interests are very business friendly and they would sell their grandmother if they could, so they would be very happy about TTIP, this is the first aspect. And the second aspect is that in countries like Poland but also Romania – I don't know how it is in Portugal, I have not visited the country so I cannot comment on it, but I have lived in a long time in central eastern Europe so I can comment on this – if the media is controlled by political interests this also shows that this is a weak democracy and the weak democracy also means that you have a population that is politically disempowered and that usually uses it's energy to

find some kind of empowerment. So in Romania and Poland the politicians are so corrupt that the energy that people invest has more to do with daily survival.

So it is absolutely natural that in these kind of environments people are not so interested in TTIP because people are interested in how to survive on a daily basis within their job structures, because the job structure is so precarious.

So there is this correlation between both. On the one hand the media is controlled and on the other hand this is happening in countries where this can happen, and it can happen in these countries because there is a lot of corruption and because people are politically disempowered. It has been quite difficult for us to inform people about TTIP in these countries, because people are not so interested in TTIP.

JB: It's hard for people to take an interest and for people to gather and protest. That's basically part of a country's culture. And it's very hard to change, even if we're talking about such a big treaty like the TTIP.

SR: I agree with you. It's the same case in eastern European countries where people, because of the communism for such a long time, when people were demonstrating the police came and beat them up. I mean there is again, it's blowing up but there is not a culture, a long-standing culture for it. Civil disobedience, in these countries, is not regarded as a virtue. In countries like France, or Germany, or whatever civil disobedience is regarded as a virtue, but not in these countries. That's an additional problem.

And we also have to admit that it's one thing if you campaign against the destruction of a beautiful forest and it's a completely different thing if you campaign against TTIP. Because TTIP is a very unsexy name and it's also a very unsexy campaign. And it's also a very complex campaign, because you have to educate people about what is ISDS, what is TTIP and what is regulatory cooperation, and what are all these acronyms and these political things. It is a completely different matrix than for example campaigning against the destruction of a beautiful forest somewhere in Portugal.

This is also one of the things that for us has been a major issue: how do we inform people regularly and how do we communicate about all these very unsexy clauses that make up TTIP?

JB: I would like to talk about the ECI more specifically. How would you qualify the media coverage about the ECI? And do media groups come to you or do you go to them?

SR: It works both ways. Sometimes – actually quite a lot – we get press requests. Somebody from any kind of media, anywhere in Europe, would be writing an email saying “Mrs Malmström just said bla, can I talk to you about it?” or when something happened, when there’s a political development, when something has happened on TTIP, the press will contact us because they would like to get a quote from us. And sometimes you also have journalists who want to write a piece about STOP TTIP in general and want to interview us as part of this article. Sometimes you also have journalists who want to write about STOP TTIP ECI and they write to ask, “Hey, I would like to write about your campaign and how it came together, and how you organized it”.

So there is this aspect where we have the press coming towards us. If we look at what kind of press this is, it has mainly been the German speaking press on a regular basis, and every now and again we have journalists from global publications that are interest in doing a feature or a bigger article, like The New York Times.

And of course we have an email press list. This email press lists consists of contacts that we have built up since we started the ECI. It consists of people who asked for interviews before, but also journalists who would ask us to put them on the press list, and of course, all of us who work here at the office are campaigners that have worked for a long time and we all have personal contacts and past contacts like this. So we all contributed with our contacts to the press list.

Of course whenever we have a press release we send it out. We have an internal email that connects all the 600 NGOs via email and so whenever we have, for example, things like a press release, or news, or anything like this, we also put it on the list.

Sometimes we even put it on the list two or three days before and then these groups can translate it, or help us diffuse it, or send it to their press contacts to spread the word.

JB: Overall would you consider the accomplishment of this media presence an easy task? Or is it a challenge for the ECI?

SR: I mean the ECI is a European movement and the ECI doesn't consist only of countries where the press is relatively free. It consists of some countries like Portugal and Bulgaria, and Romania, and we've already discussed the situation in these countries. If you were to ask the question about the ECI as a whole I would say that is has not been easy.

JB: Now I would like to ask you about the connection between the ECI's headquarters and other countries, like Portugal or any other country where there's a group and this specific group coordinates actions in it's own country. How do you keep in touch?

SR: There are many ways. It's like a matrix management. There are different levels of communication. First and foremost, like I said to you, there's an email list server. The email list server connects all the NGOs that are supporting the ECI, so anyone who comes and says "Yeah, I would like to support the ECI" the first thing that they get from us is a message saying "Hey, cool, welcome. We've put your email in our email list server". It's used to communicate news and updates related to the ECI mainly. Because there are other list servers that many people follow, and all the campaign follows, that are related to news, and updates, and the political process, for this there are other list servers. But the STOP TTIP ECI list server is mostly about communicating press releases, communicating updates that are related to the ECI. This is the first thing.

And then once a month we have a telephone conference where all the national contacts are invited to participate. We propose a date that works best and we invite everybody – we have a telephone system that makes it very cheap for everybody to participate. In these phone calls we propose an agenda and we talk about tactical points.

We have an agenda and then anyone from any country that participates can propose additional agenda points. It takes place for 45 minutes to an hour. This is where we discuss practical and strategic things and take decisions.

The decision making process of the ECI is really made also by all the national contact persons, so they decide “yeah, we want to do this, or no we don’t want to this, or how we are going to do this”. And we discuss these things with them and every now and again there is a vote – it goes by a majority vote. This is an important platform where decisions are taken.

And sometimes, in these phone calls, we also inform people or they inform us about what’s going on in their countries. Usually we always start with a round of introduction, because not all of the same campaigners or contact persons can take part each time, so first everybody says hello and who’s here and then once we have clarified the issue of the agenda we usually start with an update of what’s going on in each country. And usually this is when something has happened, for example, in Portugal the fact that the press doesn’t write about it, this will be the moment when, for example, Leonor or Ana would say, “in Portugal we should this, because this and this is happening” and it’s quite interesting to receive the feedback.

Once we have these feedbacks and we discuss them and then we will go to the agenda points. Sometimes these agenda points have to do with organizing days of action and who is going to take the lead, who is going to organize it. And sometimes it’s hard to do in regard to organizational questions or operational questions. For example, the pledge campaign, how we’re going to organize the pledge campaign, when and how we’re going to launch, etc., etc.

JB: So is it always a collective decision?

SR: Yes, more or less. There is always a small pre-selection because we have to decide whichever points we are going to put on the agenda and the campaign team has always some kind of pre-selection. And we don’t select on political criteria, we select on practical criteria. But the NGOs are always free to make suggestions on what they would also like to have on the agenda points. This is how the decision-making takes place.

JB: If I may, I would like to go back just a little to the subject of web technologies versus the traditional media. Do you think they are equally important? Do you invest more in one of them?

SR: I would say that they are all equally important. Because they are all intended to reach a different audience. And if you cover them all you really cover a maximum of people that you can reach.

JB: Does it take a lot of financial investment for an ECI to be successful?

SR: You can assess it by looking at the budget and looking at the figures, and you can assess how important the financial contributions are to the success of a campaign. I can give you my personal opinion, and there is a very practical way to assess it: if you have the funding then it also means that you can, for example, employ campaigners. If you can employ campaigners, like myself, for example, then you have people that regularly or all the time sit behind the desk and that organize the kind of activities that we have just been talking about, including the social media, including press enquiries, including all these things, I'm including all these internal communications. And we have already talked about how important these communication channels have been in contributing to the ECI, therefore you can make your own conclusion of how important these kinds of resources are: to have a dedicated team, an office, all these kinds of things that can do these kinds of activities.

Connected to this, of course, you also need to have resources so that you can communicate efficiently, for example so that you can produce these share pictures, so that you can produce reports, so that you can make a nice logo, so that you can make a good website and have a blog. It's all about maximizing your channels of communication so that you can reach a maximum amount of people and inform them about TTIP. The maximization of the communication of some of these things requires funding. In Facebook, if you want to boost something on Facebook they are not happy

if you come and smile they tell the amount of money that they would like to have, that's just the way things go.

JB: I was wondering, while visiting the ECI's Facebook page, if you also relied on this feature, if some of the budget was channelled to social media. Because social media networks offer the possibility to advertise.

SR: We don't pay for publicity on Twitter. On Facebook we have perhaps boosted seven or eight messages at crucial times in the campaign or when we saw that a post was going very well and then we might boost it. Also, throughout the ECI and with Facebook campaigns we publicized more the ECI in countries where the media was not working. For example, we had a picture campaign in countries like Romania and Poland to publicize the ECI because we thought that this could be a good way to overcome the media.

JB: It's an alternative way, exactly. My project intends to analyse web technologies as a possibly alternative way to democracy and civil participation.

SR: I just wanted to make a comment on what you said about Facebook as an alternative media channel. I agree with you. But we also can't forget that the price people have to pay for it is really high because Mark Zuckerberg is making his millions by looking at our fingerprints. So he is selling our privacy. We pay with our privacy for democracy and that is a very high price to pay and I completely disagree on a personal note. And if we are to talk about, if you make the statement that Facebook is an alternative to the media embargo, if you make this bold statement, then I would also like to make a bold statement by saying that you are right but it's incredible and nowadays in order to have democracy we have to pay for it with our privacy.

JB: Since we have been talking about your communication strategy I would now like to ask your opinion regarding the Commission's attitude and response to the

ECI's actions. I would like to know what are your thoughts on the Commissions attitude towards the signatures handover and the demonstration in October in Berlin.

SR: First of all I would like to make a general statement about it and then go to the different aspects that you have so well chosen and raised.

So first of all, I think that the Commission should be extremely grateful to the important contribution that civil society and NGOs have made to the TTIP debate because if it weren't NGOs then we would not have issues like transparency. If we would not have NGOS then we would not have discussions on issues like regulatory cooperation or any other like ISDS. And if it were not for civil society and participation and opposition we would not have, for example, so much work done by the Commission on ISDS. So I think they should be very grateful and not so patronizing or stigmatizing us as the opposition, because we are in a democracy and being in a democracy also means having two sides to the argument. What civil society has generated in such a short time is really amazing. If I were the Commission I would really be more appreciative and more respectful of what civil society has done in Europe, because I think this is pretty amazing. Without wanting to pad on my shoulder I think the contributions are really great so we have done far more important work, I would argue, then for example, the Commission. The Commission can take decisions, can take political decisions and can enforce it, but if you look at what civil society has done this is really a sign of great civic action and democracy and dialogue.

JB: And civic education, as well.

SR: Yes. And they should be the first ones to say thank you to us, to the STOP TTIP movement as a whole, not just the ECI, the movement as a whole.

Then, to come to your issue of the attitude of the Commission towards our things. The Commission is not an interesting partner in all of this, it regards itself as omnipotent and they are the kings and that's it. With this in mind we can now talk about the aspects that you have raised.

So first and foremost, when we started to work on the ECI in October – well it was in Spring/Summer – of 2014, we prepared all the documentation and everything so that we could start an official ECI. In order to start an official ECI you have to get a couple of things going from an organizational point of view because the software for collecting email signatures is something that has to be approved by the European Commission, so there are technical aspects. Then to collect paper signatures in all the countries you need to have a stamp from all the authorities, all the relevant countries. It's a lot of paperwork and it's not that's easy. So we had to prepare, not only to have contact persons in all the countries but also to have all these technical requirements for online and offline signature collection, so that was quite a challenge. And you have to submit the request to the Commission. We did all that and the Commission rejected our ECI and what is really interesting is that we know now because we requested access to information, that very early they already decided amongst themselves to reject the ECI.

JB: So even before even communicating it to you they had decided ...

SR: Yes, yes. Way before that. The day after they received our letter saying “Hey we would like to start an ECI” they already said they didn't want it. And so this points to a political decision rather than a decision taken on its merits. The Commission can do whatever it wants, but if you ask me personally, you can say no to an ECI when the demand for the ECI doesn't meet the rules. And the rules of the ECI are pretty clear but of course you can always find little loopholes and little arguments to say no to an ECI. I think when we submitted our request, until the day we received the official request, what the Commission did was look for what kind of excuse they could give us. And so they came up with at least two excuses, perhaps you have read them.

JB: I have, yes. I have read the document.

SR: Good, so you can judge for yourself, whether you think that this is politically motivated or not. But what is interesting to know is exactly what I've told you, we know already from the request to access information that the Commission decided very

early that they were going to reject the ECI. And also bear in mind that the Commission, unfortunately, is not a neutral partner, as it should be, but it is the chief negotiator for TTIP. They want TTIP at all cost. And sadly, because this is how a democracy should be: even if the king, or even if the Commission wants TTIP, it should, for the exercise of democracy, still let the citizens have their ECI on TTIP. But they didn't want to do that so they decided to reject our ECI. And so we decided to continue it on a self-organized basis and I think that the success that we had with this ECI really shows how stupid the Commission was operationally because we would never have been able to collect so many signatures with an official ECI, because it's much more complex.

When people signed we were able to keep the emails, usually with an official ECI these emails go to the Commission, and then the Commission destroys the emails afterwards, but because we did it self-organized we were able to keep these emails and we have a really big database – 3.3 million people – that we can mobilize for TTIP action so we were able to build a really great army and so I actually am really grateful that the Commission was stupid enough to reject our ECI, because it has helped us a lot in having the success and building the movement that we have today. In the words of Napoleon, Napoleon said “Don't disturb your enemy while he is making a mistake”. And that's exactly what we did with the Commission.

We have taken the decision of the Commission to the ECJ and we await any day the decision of the ECJ.

JB: So you are still waiting now?

SR: But we will write to them now because this is really outrageous. They have yet taken their judgement. We will write to them, because you have seen that the CETA ratification is coming closer and closer, and since our ECI is not only about TTIP but also about stopping the ratification of CETA, we want the decision of the ECJ to have any leading implication, so we cannot wait until CETA has been ratified, they have to take a decision before. So we will write to them, because otherwise our case makes little sense.

JB: Regarding the signature handover, when you reached the 3 million signatures you decided to have a symbolic handover and from what I've you were supposed to meet certain representatives of the Commission, whom the night before said they couldn't make it. What do you have to say about this?

SR: I think that this again portrays this omnipotent attitude that the Commission unfortunately has. I think it's very unconstructive and I think it contributes greatly to the frustration that people develop over the European Union as whole. It contributes to a bad reputation and with this in mind I think it's very sad because from where I come from it's okay to have different opinions, it does not make an enemy. There are a lot of people that have a lot of different opinions on a subject that walk down the street and they are not my enemies. What is really interesting is to sit down together and to talk about it because each time you learn new things and so I really don't understand this kind of attitude from the Commission. The European Union officially has an open attitude towards NGOs, officially you look at their brochures and they often say that civil society is important. So on one hand they like to say that, to show that this is all democratic and good but when civil society comes and is getting involved they are not listening to them, they are listening to lobbies and big corporations, and that is a great imbalance. I just thought it was bloody impolite, to cut it short. In the night before the Commission changed the agenda.

But what I thought was really nice was that sometimes when these kinds of things happen it makes an event much nicer because you have to act as an emergency. Usually de Berlaymont Building of the Commission is diplomatic ground if you have a demonstration there the police will immediately call you off and our luck was that on the day that we did the demo there were very big demos in Brussels and so there was no police so when we did our action in front of the media with our Juncker in the mask in the little square in front of the Berlaymont, we just decided to go and invade the Commission and it was really great because it made all the activists that travelled for a long way very happy. We all went there and we couldn't care less whether this was high diplomatic ground or not. There was no police, so we were able to go there and knock on the door and say, "We are not leaving until someone from the Commission comes and talks to us". And this is how it happened, somebody came and we were able to take a picture and a statement was made. And I think it's great. Every time when

something doesn't work, you can either be sad about it or, and this is the attitude that I like, you use as an opportunity to make something much greater. And I love this second option. So what happened was when the Commission was being so unfriendly with us, for us this was the perfect opportunity to start this kind of actions that we have been doing now.

Whenever a politician comes up that is relevant, either Council or the Commission, we go or we present them the signatures. And so they get it under their nose and this is something not nice for them. Because for example, when Mrs Malmström comes to some kind of European Board like Trade in Europe, she first has to again go through activists who again are kind towards and again are talking and she is really bothered about it, because she just wants to have a nice entrance, and a nice coffee. So we are now paying it back to them a hundred times. So out of this I think we have come out much stronger. Again, with the quote from Napoleon "Don't interrupt your enemy while he is making a mistake".

JB: We seem to have a contradictory situation. The Commission's communication strategy is based in dialogue, transparency and openness with civil society, for example they promote and organize public consultations. But now I'm talking to you and you're telling me that there's no dialogue from your perspective, and you are certainly one of the most active organizations in the subject.

SR: What they do is they announce the mechanism but they don't follow up with the process so it's very easy to say, "hey look we have transparency", as they have written transparency on their website, it doesn't mean that they have transparency.

They made a consultation on ISDS where 97% of people said they didn't want ISDS at all, and what is the answer of Mme Malmström? Well she comes up with something new, ICS. So she can say I have consulted and as 97% of people said they don't want ISDS, and as a result I have taken the concern of these people on board, and it's not that she didn't stop ISDS she just created something weaker called ICS. So they announce the ideas but they don't follow it up in the process, and this is what politician tend to do, that's the way it goes, unfortunately. But I don't want to say all of them, but this is how the Commission works.

JB: October 10th in Berlin was another great moment for the movement. I would like to know if there was an answer or statement from the Commission regarding October 10th.

SR: No.

JB: There was none?

SR: No. But what I love about the Commission's attitude about the October 10th action is that, as you can imagine, when the October 10th action took place there were different figures given to the amount of people that participated. But they were also taken at different times of the day and at different locations. But I was there, all of us who were there, we have a pretty good idea on how many people were there and it's the higher figure. But what is really interesting is when Mme Malmström talks about the October demonstrations because she has referred to them, she hasn't talked about them like giving them a theme, but she mentioned them, she has referred to them when talking about TTIP and the opposition and she always uses the lower figure. This just shows this kind of pettiness, you know, and this kind of disregard. Because she could mention no figure or she could mention something between this and this amount of people, but just to show you how ingenious they are, she always uses the lower figure. It's disrespectful. This is not how a politician should be from a professional point of view.

Unfortunately the Commission isn't objective about the TTIP. As I said to you before they are very subjective about it. They are the main negotiators of TTIP. They will only publish things that are pro-TTIP on their website, which is really sad, because people are allowed to have different opinions and therefore it doesn't mean that you can't support TTIP, especially if you are an institution that's supposed to defend Europe as whole.

JB: Would you consider the Commissions Strategy to be simply silence? Is their strategy towards the ECI and the opposition to TTIP just simple silence?

SR: I mean, they are free people in a free country, they can do whatever they want to do, I think that with this kind of communication strategy they are digging their own grave. For me, as a campaigner, what is important is to build things, to build movements, to inform people, to move on. And the Commission is so behind with their communication. But the thing that I am concerned about is that ultimately I don't think this is good for Europe. Europe is a good idea. I like Europe.

JB: What are the ECI'S hopes for the future? Do you expect a change in the Commission's approach?

SR: First of all I think that we will win against TTIP. I think it will not happen. And I think it will not happen also because of this movement, I mean the civil society movement as a whole. I think it will just run into nothing and with regard to the Commissions Communication I don't see how this is going to change, I mean the Commission is convinced that the way they communicate is the right way to communicate. They think the TTIP communication strategy is perfect, so why change something that they think is running perfectly?

JB: When will it be the moment when TTIP simply fails? Will they finish the text and then when the voting comes will it be rejected?

SR: I don't think that there will exist a moment when we can all announce that TTIP is dead. I think what will happen instead is that TTIP will become less and less relevant because it will drag on for quite some time. You have to imagine that next year we will have elections in Germany and in France and the first thing that politicians want to avoid is for TTIP to become an electoral theme. It will be horrible for Mrs Merkel who is promoting TTIP.

I think TTIP is prolonged until the elections next year and will just drag on, and drag on, and drag on and will simply die naturally from not being implemented. This is how I think it will happen, but that's my personal point of view. Lots of people in the TTIP movement would disagree, but I'm pretty optimistic.

JB: In an overall perspective would you consider that the ECI has had an effect on the decision-making process?

SR: I don't know if the ECI has had an effect on the decision-making process because I don't know if the official decision-making process is still the same that has been but what civil society and the opposition to TTIP has done as whole is that it has certainly – I would like to say, but it's horrible to say – improved TTIP. Even if we lose TTIP, which we are not going to, we can say that it's much better now, which is horrible, I would never be happy with this. We say that ICS is just the same as ISDS, which is true, but there are still some points that are better. If you look at this you can already see what an important role civil society has played, because this is already a very good example.

You can also look at other aspects like, for example, the issue of food and farming, this is also now where the Commission has made really strong promises that the food standards will not be negotiated. And thanks to civil society we were able to alert a lot of firms, the geographic indicator company, speciality foods that otherwise would have been lost, because America also wants to have the right to produce parmesan, they claim that the name parmesan from parmesan in Italy is a local trade barrier and they want to remove this through TTIP. But because of civil society, the parmesan makers from Italy were able to go to the Commission and say "Hey, don't do this!" So we can already see how important civil society is. Just like I said the Commission should be the first one to acknowledge the important role that civil society has already taken.

And as for the ECI I think that if you imagine yourself a wall, a wall of brick, and we'll call this wall the STOP TTIP movement as a whole, then I think the STOP TTIP ECI is one brick in this wall. The contribution of the STOP TTIP ECI has been very good in quantifying opposition – 3.3 million people is really an impressive number

and also reaching the country quorum in 23 countries. I think the ECI has also been really important in building or contributing to the construction of a pan European civil society movement because if I look at the team of National contacts persons that built up with the ECI, and if I look at the 600 NGO'S that are the supporters of the ECI, I can see now that they are involved in other TTIP campaigns too. And this is really great, because it means that our campaign partners like Friends of the Earth or any other initiatives, like TTIP free zones or SMIs against TTIP, they are also benefiting from the movement that we have built. And that of course is really great.

JB: The ECI, like the name indicates, is a European Initiative, but do you have contacts in America? Do you have a general notion of how people in the US perceive the treaty?

SR: Yes, we work very closely together. Like I said, we have these phone calls, but there also exist regular phone calls on very different issues, for example, there are regular phone calls on regulatory cooperation. And there are also phone calls on regulatory cooperation in regard to what's going on in the United States. Whenever we speak about the themes that make up TTIP and also opposition, there are also American campaigners that are part of this conversation. Not with regard to organizational questions for the ECI, because the ECI is European, but any kind of strategic meetings, we often meet also physically, we also have the physical contact and so whenever there are TTIP negotiation rounds in Brussels civil society usually meets in Brussels to have an alternative TTIP meeting and that's when we have workshops and talk and meet, and usually there are always at least two or three campaigners that participate.

There's a very strong and active participation of American campaigners within the STOP TTIP movement. When I talk about the STOP TTIP movement I also mean to include campaigners from the US. They are less than the 600 networks, but they are also very active and there is really incredible work.

For them, TTIP is very small, because for them what is really important is the TPP, but they are very powerful on both of them. Many of them are activists that also work with a focus on TTIP, the work that they are doing is great and you can see this by looking at how shaky the TPP looks now in the United States, it's far from being

decided. Look at what Trump and Bernie Sanders are saying about TTP and TTIP, it really looks like free trade, which used to be a leftist issue is addressed by the right and by the left and also within Congress. If you look at what Trump said and at what Bernie Sanders said, both are against the TPP and TTIP and this is really unsettling Congress. Bernie Sanders talking about TTIP is certainly the result of the work of many American campaigners. Bernie Sanders comes from this kind of tradition of talking to NGO's and being sort of like towards left and he would have a very open view towards American NGOs some of which are our partners and that's how these things come into the public. Bernie Sanders raised it, and then Trump raised it and lets see if what Bernie Sanders says will have an impact on Hillary Clinton or whoever the person will be that will be voted.

JB: It's very interesting that the ECI also has correspondents in the US.

SR: Not correspondents. We actively work with them and they are part of this and talking about strategies in the United States and also for us here in Europe. The United States has also experienced a vastly destructive free trade agreement, the NAFTA, and if you go to Michigan or to any other places and talk to people about how NAFTA changed their lives is when you really understand what it did, and some of the poverty that we have seen in the United States, the situation of the Mexican border, illegal drugs, and all the prostitution, all these areas across the border, when people cross the border to work everyday, this is all a result of NAFTA and so for us this is really interesting because by talking to american partners, and by filming, for example people who have been impacted by NAFTA, and who lost their jobs as a consequence, because companies relocate to Mexico and the company closed down in their own town, this is when we can say "Look, this is what is going to happen with TTIP". And for us this is really great, the Americans have already lived through this and are more critical than we are about a free trade agreement. They are still recovering from NAFTA.

JB: It's a great and awful example at the same time. It's the perfect example for the European Society.

SR: And also for the Americans, the suffering of people knows no American side or European side and so the NAFTA example is a really great example to us all of how bad a free trade agreement can be.

JB: What are the Initiative's plans for the future?

SR: In May we will launch our new campaign. We had get involved with our contact persons, to get everybody together, and that took a bit of time. The scope of this campaign will be to encourage the 3.3 million citizens who signed the ECI to contact their MEPs, and to ask them questions about CETA, that is how we will start, so this year we will work on CETA and if and when the TTIP stands before decision making in the European Parliament and Council, and in the National Parliament then at that point we will start that campaign on TTIP.

But for now we know that in June this year the Commission will present the CETA text to the Council, and the Council will likely vote on it in October. This means that in January next year the European Parliament will vote on CETA and so we thought of a campaign that will ask citizens to contact their MEPs and ask questions. And to contact them not by email and pre-fabricated email, but to write them letters, to visit them, the more personal the better, and to sit down with the MEPs and to talk to them about CETA and to say to the MEP's "Look, if everything is okay about CETA then can you please explain how CETA is not going to affect me as a farmer, or will the prices remain the same". To just talk in the same way that anyone should be able to talk with different opinions. MEPs are the representatives of the people. And this is democracy.

JB: Stephanie, thank you very much. You've been of great help. This interview will be a great contribution to my investigation.

SR: You're welcome. Have fun and good luck. And if you have any questions, please feel free to contact.

ANEXO 1: Imagens



Imagem 1. Legenda: Entrega Simbólica da Iniciativa de Cidadania Europeia a 7 de Outubro de 2015 – Rotunda Schuman, Bruxelas. | Imagem disponível no endereço: <https://goo.gl/JX SXUI> - consultado pela última vez a 27 de Abril de 2016.



Imagem 2. Legenda: Carro alegórico presente nas manifestações anti-TTIP, Berlim. | Imagem disponível no endereço: <http://goo.gl/ieFehv> - consultado pela última vez a 27 de Abril de 2016.



Imagem 3. Legenda: Figura alusiva à metáfora TTIP como Cavalo de Tróia, elemento comum às manifestações de oposição ao Tratado, Berlim. | Imagem disponível no endereço: <https://goo.gl/jsLNw4> - consultado pela última vez a 27 de Abril de 2016.